

PROBLEME DES DEUTSCHEN GEBRAUCHTWAGENHANDELS

Inaugural-Dissertation zur Erlangung des Grades eines
Doktors der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften bei
der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät
der Freien Universität Berlin

vorgelegt von

Dipl.-Kfm. Rüdiger Stamm

aus Berlin

1969

Berlin 1970

D 188

PROBLEME DES DEUTSCHEN GEBRAUCHTWAGENHANDELS

Inaugural-Dissertation zur Erlangung des Grades eines
Doktors der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften bei
der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät
der Freien Universität Berlin

vorgelegt von

Dipl.-Kfm. Rüdiger Stamm

aus Berlin

Berlin 1970

D 188



Dekan: Professor Drs. Wolfram Fischer

Referent: Professor Dr. Karl Christian Behrens

Korreferent: Professor Dr. Walter Endres

Tag der mündlichen Prüfung: 22. 12. 1969

PROBLEME DES DEUTSCHEN GEBRAUCHTWAGENHANDELS

	Seite
VORWORT	6
I. ENTSTEHUNG UND ORGANISATIONSFORMEN DES HANDELS MIT GEBRAUCHTEN KRAFTWAGEN	7
A. Begriffliche Klarstellung	7
B. Gründe für die Entwicklung des Handels mit gebrauchten Kraftfahrzeugen	11
1. Bestimmungsgründe des Gebrauchtwagenangebotes	11
a) Ersetzungsbedürfnisse	11
aa) Technische Ursachen	11
bb) Mode und Geltungsbedürfnis	12
cc) Wirtschaftliche Gesichtspunkte	14
b) Sonstige Veräußerungsgründe	16
2. Nachfrage nach Gebrauchtfahrzeugen	16
3. Zusammenfassung	19
C. Ausdehnung des Gebrauchtwagenabsatzes	20
1. Marktentwicklung bis 1945	20
2. Wachstum des westdeutschen Gebrauchtwagenmarktes	23
a) Handel mit gebrauchten Personenwagen	24
b) Umschreibungsentwicklung bei Kombinationskraftwagen	27
c) Absatz gebrauchter Nutzfahrzeuge	30
3. Zusammenfassung	33
D. Arten des Gebrauchtwagenhandels	34
1. Selbstverkauf	34
2. Verkaufsvermittlung	36
3. An- und Verkauf durch den gewerblichen Kraftfahrzeug- handel	39
II. AUFGABEN UND PROBLEME DES 'REINEN' GEBRAUCHT- WAGENHANDELS	45
A. Gebrauchtwagenbeschaffung	45

	Seite
1. Vorbereitung und Anbahnung der Beschaffung	45
a) Analyse der Beschaffungssituation	45
b) Beschaffungsdispositionen	48
c) Anbahnung der Beschaffung	49
2. Angebotsanalyse	50
a) Fahrzeugprüfung	50
b) Beschaffungspreis	52
aa) Preisbestimmende Faktoren	52
aaa) Allgemeine Marktlage	52
bbb) Individuelle Marktgängigkeit	54
bb) Ermittlung des Beschaffungspreises	56
aaa) Kalkulatorische Aufgabe	56
bbb) Hilfsmittel der Gebrauchtwagenbewertung	57
3. Durchführung der Beschaffung	62
B. Gebrauchtwagenlagerung und -reparatur	63
1. Aufgaben der Lagerwirtschaft	63
2. Probleme der Gebrauchtwagenlagerung	64
a) Raumproblem	64
b) Optimale Lagerhaltung	65
c) Risiken der Lagerhaltung	68
3. Reparaturen an gebrauchten Kraftfahrzeugen	69
C. Gebrauchtwagenabsatz	71
1. Vollzug der Absatzaufgabe	71
a) Analyse der Absatzsituation und Absatzplanung	71
b) Anbahnung des Absatzes	81
c) Durchführung des Gebrauchtwagenverkaufes	84
2. Möglichkeiten der Verkaufsförderung	87
a) Betriebliche Aufgaben zur Förderung des Gebrauchtwagenabsatzes	87
aa) Neue Wege der Verkaufsanbahnung und der Standortpolitik	88
bb) Wirksame Warendarbietung	90
cc) Kundendienst und Händlerkulanz	93
dd) Qualitätszusicherungen	94

	Seite
ee) Teilzahlungsangebot	97
ff) Übernahme einer Neuwagenvertretung	
b) Überbetriebliche und gesetzgeberische Förderungs- maßnahmen für den Gebrauchtwagenhandel	101
III. DAS GEBRAUCHTWAGENGESCHÄFT DER NEUWAGENHÄNDLER	103
A. Bedeutung des Gebrauchtfahrzeughandels für den Neuwagenverkauf	103
1. Grundlegende Beziehungen zwischen Gebrauchtwagenhandel und Neuwagenabsatz	103
2. Der Gebrauchtwagen als Absatzförderungsinstrument	106
B. Gebrauchtwagenprobleme im Neuwagenhandel	107
1. Gründe für die Entstehung der Händlerprobleme	107
2. Spezifische Probleme des Gebrauchtwagenankaufes und -ver- kaufes für den Neuwagenhandel	114
a) Gebrauchtwagenbeschaffung	114
b) Gebrauchtwagenlagerung und -reparatur	118
c) Gebrauchtwagenabsatz	121
3. Wettbewerbsrechtliche Probleme	129
C. Möglichkeiten und Grenzen einer Lösung der Ge- brauchtwagenprobleme des Neuwagenhandels	136
1. Forderungen an die Kraftfahrzeugindustrie	136
2. Verhinderung der Gebrauchtwagenüberbewertung	137
a) Frühere Versuche	137
b) Heutige Möglichkeiten zum Ausschluß der Gebrauchtwagen- überbewertung	140
aa) Wiedereinführung einer kollektiven Schätzverpflich- tung für Eintauschwagen	140
bb) Zulässigkeit einer autonomen Schätzklausel in den Preisbindungsverträgen	142
3. Förderung des Gebrauchtwagengeschäftes der Neuwagenhändler	148
a) Allgemeine Voraussetzungen und Maßnahmen der Verkaufs- förderung	148
b) Spezielle Förderungsaufgaben des Neuwagenhandels	153
aa) Organisatorische Aufgaben	153

	Seite
bb) Kalkulatorische Erfordernisse	154
cc) Lösung der Sortimentsprobleme	155
dd) Verkaufsförderung durch richtige Verkäufer- entlohnung	156
ee) Reparaturaufgaben	158
ff) Verkauf auf der 'Gebrauchtwagenmesse'	158
gg) Versuche zur Lösung des Altwagenproblems	160
hh) Gebrauchtwagenexport	161
c) Außerbetriebliche Förderungsmöglichkeiten des Ge- brauchtwagenabsatzes	163
aa) Senkung der Haltungskosten	163
bb) Beseitigung sonstiger Absatzhemmnisse	167
IV. ZUSAMMENFASSUNG	168
LITERATURVERZEICHNIS	172
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	186
ANHANG	187

VORWORT

Entgegen der verbreiteten Auffassung, daß dem Handel mit gebrauchten Waren nur in Notzeiten größere Bedeutung zukäme, haben sich im Zuge der günstigen wirtschaftlichen Nachkriegsentwicklung in der Bundesrepublik zahlreiche Gebrauchtwarenmärkte für hochwertige Konsum- und Investitionsgüter zu beachtlicher Größe entwickelt. Dies gilt neben Radio- und Fernsehapparaten, Waschmaschinen, Kühlschränken sowie Werkzeug-, Bau- und Landmaschinen und anderen Gebrauchtwaren insbesondere für Kraftwagen. Ihrem Handel und seinen Problemen ist wegen der bisher unzureichenden, durch die Interessengegensätze der Marktbeteiligten vielfach einseitigen literarischen Behandlung die vorliegende Untersuchung gewidmet.

Nach einer einführenden Klarstellung des Gebrauchtwagenbegriffs werden zunächst die Entstehungsgründe des Gebrauchtwagenhandels sowie das Wachstum und die Strukturwandlungen des deutschen Gebrauchtwagenabsatzes aufgezeigt. Anschließend sind die Veräußerungsprobleme der privaten Anbieter und die verschiedenen Formen des Gebrauchtwagenverkaufs Gegenstand der Untersuchung.

Danach stehen die Probleme des gewerblichen Gebrauchtwagenhandels im Mittelpunkt der Analyse. Hierbei werden wegen der besonderen Schwierigkeiten, die die Beteiligung des Neuwagenhandels am Gebrauchtwagengeschäft aufwirft, die Funktionen und Risiken des 'reinen' Gebrauchtwagenhandels den spezifischen Gebrauchtwagenproblemen des Neuwagenhandels gegenübergestellt, um Lösungswege für ihre in wesentlichen Punkten voneinander abweichenden Absatzprobleme aufzuzeigen. Die Untersuchung konzentriert sich dabei im Interesse einer tiefergehenden Analyse auf den Markt für gebrauchte Personen- und Kombinationskraftwagen, ohne jedoch die Besonderheiten des Handels mit gebrauchten Nutzfahrzeugen zu vernachlässigen.

Für wertvolle Anregungen und die wohlwollende Förderung dieser Arbeit schuldet der Verfasser seinen akademischen Lehrern Dank. Er gilt auch allen denjenigen Firmen, Institutionen und Verbänden, die mit Auskünften zum Gedeihen dieser Untersuchung beigetragen haben, wenngleich viele der angeschriebenen oder aufgesuchten Stellen wesentliche Fragen nur ausweichend beantworteten oder bei genaueren Zahlenangaben ungenannt bleiben wollten. So werden auf ausdrücklichen Wunsch z.B. auch wichtige, bisher unveröffentlichte Betriebsvergleichs- und Marktforschungsergebnisse eines großen deutschen Kraftfahrzeugherstellers ohne genaue Quellenangabe angeführt.



Digitized by the Internet Archive
in 2026

https://archive.org/details/IA41550807_0001

I. ENTSTEHUNG UND ORGANISATIONSFORMEN DES HANDELS MIT GEBRAUCHTEN KRAFTWAGEN

A. Begriffliche Klarstellung

Der Gebrauchtwagen, über den als Gegenstand des Gebrauchtwagenhandels im vorliegenden Zusammenhang hinreichende begriffliche Klarheit herrschen muß, läßt sich in vorläufiger Bestimmung als ein Kraftwagen beschreiben, der schon zu Verkehrszwecken in Betrieb war. Für eine exakte Abgrenzung zum Neuwagen, der in der Regel ebenfalls schon zu Probe- und Überführungsfahrten in Benutzung gewesen ist, ebenso wie für eine klare Unterscheidung zum ausgedienten Altwagen genügt diese Definition jedoch noch nicht.

Einen Anhaltspunkt für die begriffliche Abgrenzung vom Neuwagen bietet die handelsübliche Neuwagendefinition. Dazu führt die Industrie- und Handelskammer zu Berlin in einem grundlegenden Gutachten aus dem Jahre 1936 aus:

Als 'fabrikneu' darf der Händler einen Kraftwagen handelsüblicherweise nur dann bezeichnen, wenn der Wagen von der Herstellerfirma als neu geliefert und noch nicht für Verkehrszwecke in Benutzung genommen worden ist. Die Überführung eines Kraftfahrzeuges innerhalb Deutschlands vom Herstellerort zum Verkaufsort mit eigener Kraft sowie Probe- und Vorführungsfahrten bis zu einem Gesamtumfang von etwa 1.000 km nehmen dem Kraftfahrzeug nicht den Charakter eines 'fabrikneuen' Wagens. ... Durch die polizeiliche Zulassung zum Verkehr - im Gegensatz zu Probefahrten - verliert der Wagen im allgemeinen die Eigenschaft der Fabrikneuheit, weil er in der Regel aufgrund der Zulassung für den allgemeinen Verkehr in Benutzung genommen wird.¹⁾

Hinsichtlich der rein sachlichen Voraussetzungen läßt sich einwenden, daß kein Unterschied darin besteht, ob ein Kraftfahrzeug 1.000 km beim Lieferer oder beim Verbraucher gelaufen ist. Auch erscheint das Ausmaß der für Probe-, Überführungs- und Vorführfahrten zugestandenen Kilometerleistung heute als überhöht, da die Fahrzeugüberführung zum überwiegenden Teil mittels Lkw- und Eisenbahn-Spezialtransporten erfolgt, und für Probefahrten mit Kaufinteressenten in der Regel besondere Vorführwagen gehalten werden. Mit der erwähnten Definition stimmt jedoch überein, daß Kraftwagen nach 1.000 km Fahrleistung bzw. nach der polizei-

¹⁾ Gutachten der Industrie- und Handelskammer zu Berlin - C 11498/36-
(XII A 4) - zitiert nach: ZDK-Mitteilungen, München 1965, S.18 f, bes.S.19.

lichen Zulassung zum Verkehr im allgemeinen nicht mehr als fabrikneu angesehen werden. Entsprechend bestimmt auch der Zentralverband des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes (ZDK) in § 6 b Satz 2 seiner vom Bundeskartellamt genehmigten 'Wettbewerbsregeln für den Kraftfahrzeughandel':

Ein Fahrzeug, das mehr als 1.000 km mit eigener Kraft gefahren oder bereits unter schwarzer Nummer zugelassen worden ist, darf nicht als 'fabrikneu' oder ähnlich angeboten werden. ¹⁾

Als 'gebraucht' gelten Kraftwagen in Unterscheidung zum Neuwagen also dann, wenn sie eine Fahrleistung von mehr als 1.000 km aufweisen oder schon auf einen Verbraucher zugelassen waren.

Die ergänzende Abgrenzung zum Altwagen beinhaltet demgegenüber die Feststellung, daß es sich bei den im Gebrauchtwagenhandel vertriebenen Fahrzeugen nicht um ausgediente Kraftwagen handelt, sondern um Fahrzeuge, deren Totalkapazität erst zu einem Teil aufgezehrt ist.

Verschiedentlich wird in der Literatur der Terminus 'Altwagen' auch synonym zum Gebrauchtwagenbegriff verwendet. ²⁾ Vom Wortinhalt her erscheint die Altwagenbezeichnung dafür jedoch ungeeignet, da sie die falsche Vorstellung hervorruft, daß der Gebrauchtwagenhandel schrottreife Altfahrzeuge zum Verkauf anbietet. Zwar hat das Bundesverwaltungsgericht Berlin in einem Urteil vom 18. August 1960 ausdrücklich bestätigt, daß der Handel mit gebrauchten Kraftfahrzeugen zum Altwaren- oder Trödelhandel zu rechnen ist ³⁾, mit dem Sammeln und Sortieren von Abfallstoffen und schrottreifen Altwaren, dem Verkauf getragener Kleider und anderem gebrauchten Hausrat hat der Gebrauchtwagenhandel jedoch nur wenig gemeinsam. Die Verwendung der Begriffe 'Altwagen' und 'Altwagenhandel' erweist sich somit sprachlich als irreführend und ist letztlich auch verkaufshemmend. - Es

¹⁾ ZENTRALVERBAND DES KRAFTFAHRZEUGHANDELS: Wettbewerbsregeln für den Kraftfahrzeughandel, Bekanntmachung des Bundeskartellamtes Nr. 24/63 vom 22.4.1963, Bundesanzeiger Nr. 84, Köln 1963, S. 3.

²⁾ NIMPTSCH, Reinhold: Marktbeobachtung und Wirtschaftsführung in der Kraftfahrzeugindustrie, Berlin 1930, S. 17; HAGENAUER, Ludwig: Die Bedeutung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen für die Absatzorganisation der Automobilindustrie, Diss., Mainz 1964, S. 42 u.a.

³⁾ Bundesverwaltungsgericht vom 18.8.1960-IC 103.57 - ZDK-Mitteilungen, 1960, S. 207.

empfiehlt sich auch ganz allgemein nicht, den Handel mit schrottreifen Altwaren und Abfallstoffen mit dem Gebrauchtwarenhandel unter dem Oberbegriff "Altwarenhandel" zusammenzufassen. Dieses in der Literatur verbreitete Vorgehen ¹⁾, das die spezifischen betriebswirtschaftlichen Besonderheiten des Gebrauchtwarenhandels vernachlässigt, wird auch von BEHRENS kritisiert; denn "zahlreiche betriebswirtschaftliche Probleme, wie z.B. Standort- und Absatzfragen, können wir ... nur dann zutreffend lösen, wenn sie für Einzelhandlungen mit Gebraucht- und Altwaren (z.B. Schrott) gesondert behandelt werden." ²⁾

Gebrauchtwagen werden daneben auch als 'Zweithandwagen' oder Wagen aus 'erster' oder 'zweiter Hand' bezeichnet. ³⁾ Auch die Begriffe 'Gelegenheits-' oder 'Okkasionswagen' finden Anwendung. ⁴⁾ Im Falle der Begriffe Zweithandwagen oder Wagen aus 'erster' oder 'zweiter Hand' bleibt jedoch unklar, wer mit 'erster' oder 'zweiter Hand' gemeint ist. Selbst der Zentralverband des Kraftfahrzeughandels nimmt dazu widersprüchlich Stellung. So betont er einmal, "daß im Interesse eines wahrheitsmäßigen Angebotes als Fahrzeuge aus 'erster Hand' nur diejenigen bezeichnet werden dürfen, welche vom Hersteller oder dem ersten Händler geliefert werden. Alle darauf folgenden Besitzverhältnisse müssen richtig als aus 'zweiter Hand' usw. bezeichnet werden", ⁵⁾ während er anderer -

¹⁾ SEYFFERT, Rudolf: Wirtschaftslehre des Handels, 4. Aufl., Köln/Opladen 1961, S. 266 f;
BUDDEBERG, Hans: Betriebswirtschaftslehre des Binnenhandels, in: Die Wirtschaftswissenschaften, Hrsg. Gutenberg, Erich, Wiesbaden 1959, S. 184;
KOCH, Waldemar: Grundlagen und Technik des Vertriebes, Bd.II, Berlin 1950, S. 312.

²⁾ BEHRENS, Karl, Christian: Versuch einer Systematisierung der Betriebsformen des Einzelhandels, in: Der Handel heute, In Memoriam Julius Hirsch, Hrsg. Behrens, Karl Christian, Tübingen 1962, S. 131-143, bes. S. 136.

³⁾ JENNEN, Hans-Paul: Selbstbedienung im Automobilgeschäft, Das Autohaus, München 1961, S. 363-365 u. S. 388, bes. S. 364;
HASSINGER, Johanna: Die Marktordnung der deutschen Automobilwirtschaft. Ihre markt- und betriebswirtschaftlichen Voraussetzungen und ihre Durchführung, Betriebs- und Verkehrswirtschaftliche Forschungen, Heft 5, Hrsg. Mel-lerowicz, Konrad; Deutsch, Paul u.a., Berlin 1939, S. 128.

⁴⁾ Vgl. SCHWACKE, Hans W.: Marktbericht für Occasionswagen, (Schwacke-Gebrauchtwagen-Richtpreisliste für die Schweiz), Frankfurt a.M. 1964.

⁵⁾ ZDK-Mitteilungen: Fahrzeuge aus erster Hand, 1960, S. 206.

seits in § 6 c Satz 2 seiner 'Wettbewerbsregeln' in Anknüpfung an die im Gebrauchtwagenhandel übliche Verwendung dieses Begriffs für aus privatem Erstbesitz veräußerte Kraftfahrzeuge ausführt:

"Als '1. Hand' ist der im Kraftfahrzeugbrief an erster Stelle eingetragene Fahrzeughalter zu verstehen ..." ¹⁾

Die Erklärung für die auftretenden Widersprüche liegt darin, daß in der ersten älteren Verbandsdefinition der Gebrauchtwagenverkauf im Rahmen der gesamten Umsatzakte im Leben eines Kraftfahrzeuges gesehen wird: Die Hersteller oder Händler als Verkäufer des Neuwagens fungieren als 'erste Hand', der Neuwagenerwerber bei einem späteren Weiterverkauf als 'zweite Hand' usw. Der Gebrauchtwagenkäufer orientiert sich dagegen entsprechend der Entstehung des Gebrauchtwarens an der Verkaufsentscheidung des Erstbesitzers, so daß ihm dieser als erste Hand erscheint. Dies dient keineswegs einer klaren und eindeutigen Begriffsbildung, zumal sich zusätzliche Mißverständnisse aus dem Begriff der 'Preisbindung der zweiten Hand' ergeben können, die die Bindung des Neuwagenhändlers an die Preisvorschriften seines Lieferwerkes beinhaltet. Um Irrtümern vorzubeugen, empfiehlt es sich deshalb, auf diese mehrdeutigen Begriffe soweit als möglich zu verzichten.

Die Bezeichnungen 'Gelegenheits- oder Okkasionswagen' für den Gebrauchtwagen finden weniger häufig Verwendung. Auch sind sie terminologisch unschärfer als der Gebrauchtwagenbegriff. Da sie im Gegensatz zu ihm nicht die gegenüber dem Erwerb alter und gebrauchter Gegenstände verbreiteten prestige-mäßigen und hygienischen Bedenken ansprechen, sondern vielmehr positive, den Kaufentschluß fördernde Assoziationen auslösen, kann sich ihre Verwendung jedoch, wie noch näher zu zeigen sein wird, zu Werbezwecken empfehlen.

¹⁾ Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Wettbewerbsregeln für den Kraftfahrzeughandel, a.a.O.

B. Gründe für die Entwicklung des Handels mit gebrauchten Kraftfahrzeugen

1. Bestimmungsgründe des Gebrauchtwagenangebotes

a) Ersetzungsbedürfnisse

Unter den Gründen des Gebrauchtwagenangebotes steht die Absicht der Fahrzeugersetzung im Vordergrund. Die Ursachen dieses Ersatzbedarfes vor Ablauf der Gesamtnutzungsdauer sind - mit unterschiedlichen Schwerpunkten bei den einzelnen Fahrzeugarten - technischer, modischer und wirtschaftlicher Art.

aa) Technische Ursachen

Zu den technischen Ersetzungsgründen zählt der Kraftfahrzeugverschleiß, der sich mit steigendem Fahrzeugalter und Kilometerstand durch Leistungsabfall, Mehrverbrauch an Kraftstoff und Öl und immer häufigere Reparaturen zunehmend deutlicher bemerkbar macht. Er veranlaßt im privaten wie im gewerblichen Bereich viele Kraftfahrzeughalter, ihr Automobil bei den ersten Verschleißzeichen durch ein neues oder jüngerer Fahrzeug zu ersetzen.

Ständig neue Anreize zum vorzeitigen Ersatz bietet daneben der durch den Wettbewerb der Hersteller vorangetriebene technische Fortschritt im Automobilbau. Er bewirkt eine laufende Änderung der Erzeugnisformen und -qualitäten, die die Vormodelle selbst im Falle nur geringfügiger Detailverbesserungen, die den grundlegenden technischen Gebrauchswert nur unwesentlich erhöhen, technisch schnell veraltet erscheinen lassen.¹⁾ Letzteres gilt vor allem für das von der Käuferseite her stark gefühlsmäßig bestimmte Personenwagengeschäft. Bei den Kaufentscheidungen der Nutzfahrzeugkäufer stehen demgegenüber in weit stärkerem Umfang rationale Erwägungen im Vordergrund. Entsprechend stark werden die technischen Fortschritte durch die Werbung propagiert, deren Bedeutung ROBINSON in diesem Zusammenhang treffend dadurch charakterisiert, "daß der allgemeine Ein-

¹⁾ Vgl. GUTENBERG, Erich: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, 2. Bd., Der Absatz, 10. Aufl., Berlin, Heidelberg, New York 1967, S. 380 ff.

druck einer wesentlichen technischen Verbesserung in der interessierten Öffentlichkeit viel eher dem Werbechef als dem Konstrukteur zuzuschreiben ist." ¹⁾

bb) Mode und Geltungsbedürfnis

Die Nutzenerwägungen, die sich auf ein neues oder jüngeres Kraftfahrzeug beziehen, beschränken sich, wie schon angedeutet, nicht auf den unmittelbaren technischen Gebrauchsnutzen, wengleich dieser in der Werbung vorrangig betont wird. ²⁾ Es treten wesentliche Ersetzungsmotive hinzu, die in dem als 'Nürnbergischer Leiter' bekannten Nutzenschema VERSHOFENS unter dem Begriff des Zusatznutzens einzuordnen sind. ³⁾ Sie wirken sich besonders stark auf dem Personenwagenmarkt aus und beziehen sich sowohl auf die äußere soziale Sphäre (Geltungsnutzen) als auch auf den inneren persönlichen Bereich des Bedarfsträgers (Erbauungsnutzen). So befriedigt der Geltungsnutzen des Automobils das fundamentale menschliche Bedürfnis nach gesellschaftlicher Anerkennung, denn außer durch persönliche Leistungen oder die Zugehörigkeit zu einer besonders geachteten Berufs- oder Gesellschaftsschicht gebietet in unserer Wohlstandsgesellschaft der über Ansehen, der über persönliches Eigentum verfügt. Als ein jedem auffallender Gegenstand mit hohem Repräsentationswert ist das Kraftfahrzeug deshalb für weite Kreise der Bevölkerung zu einem wichtigen Statussymbol geworden. Das Prestigedenken reicht dabei über den reinen Autobesitz hinaus bis in die verschiedenen Fahrzeugklassen und -ausführungen und berücksichtigt als wesentliches Moment auch das Bau- bzw. Zulassungsjahr des gefahrenen Wagens. Entsprechend dieser durch den technischen Fortschritt und die Einführung des dynamischen Elementes der Mode in den Automobilbau geförderten Entwicklung, ⁴⁾ in deren Folge es vor allem auf dem Pkw-Markt zu einem systematischen Modellwechsel in

¹⁾ ROBINSON, Dwight E.: Die wirtschaftlichen Aspekte der Mode, Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Hrsg. Bergler, Georg u. Vershofen, Wilhelm, 9. Jahrg., Nürnberg 1963, S. 312-335, bes. S. 313.

²⁾ Vgl. PETERMANN, Günter: Marktstellung und Marktverhalten des Verbrauchers, in: Studienreihe: Betrieb und Markt, Hrsg. Behrens, Karl Christian, Bd. IV, Wiesbaden 1963, S. 18.

³⁾ VERSHOFEN, Wilhelm: Handbuch der Verbrauchsforschung, Markt und Verbrauch, 11. Jahrg., Heft 8, Berlin 1939, S. 369-376, bes. 371.

⁴⁾ Vgl. HOFFMANN, Harriet: 'Mode', Handwörterbuch der Sozialwissenschaften, Hrsg. v. Beckerath, Erwin; Bente, Hermann u. a., 7. Bd., Stuttgart, Tübingen, Göttingen 1961, S. 405-410, bes. S. 407 ff.

zwei- bis fünfjährigen Intervallen mit ständig neuen Ersetzungsimpulsen kommt, besteht für geltungsbewußte Kraftfahrzeughalter ein starker Antrieb zum Besitz der jeweils neuesten Kraftfahrzeugmodelle. Dabei äußert sich das Geltungsbedürfnis sowohl als soziales Differenzierungsstreben als auch in dem Bemühen, die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gesellschaftsschicht zu unterstreichen.¹⁾ Neben den angeführten Gründen fördert der höhere Geschmacks- und Erlebnissenutzen neuerer oder jüngerer Fahrzeugmodelle die vorzeitige Kraftfahrzeugersetzung. Dieser Gesichtspunkt findet heute auch bei den Nutzfahrzeugherstellern größere Beachtung insofern, als der Produktgestaltung zunehmend stärkere Bedeutung zugemessen wird.

Der systematische Modellwechsel, der auf dem Personenwagenmarkt besonders deutlich ausgeprägt ist, wirkt sich nicht allein auf die Besitzdauer eines Kraftfahrzeuges in der Hand eines Verbrauchers aus. Er fördert darüber hinaus eine Verkürzung der Gesamtnutzungsdauer, da er - wie angedeutet - noch in vollem Umfange brauchbare Fahrzeuge schon nach kurzer Zeit veraltet erscheinen läßt.²⁾ Diese Modellpolitik, die zur Absatzausweitung auch in zahlreichen anderen Branchen Eingang gefunden hat, wird deshalb auch mit 'künstlicher Veralterung' oder sogar 'psychologischer Verschrottung' beschrieben.³⁾ So bemerkt AL-KJAER hinsichtlich der ihr unterworfenen Erzeugnisse: "Diese Produkte verlieren ihren Gebrauchswert oftmals weniger durch Abnutzung, Motten oder Rost, als durchs Veralten an sich, d.h. durch die modebedingten Veränderungen und

¹⁾ Vgl. BÜLOW, Friedrich, LANGEN, Heinz: 'Mode', Wörterbuch der Wirtschaft, 4. Aufl., Stuttgart 1963, S. 354.

²⁾ Vgl. NIESCHLAG, Robert: Wachsender Gebrauchtwarenhandel, Mitteilungen des Rheinisch-Westfälischen Institutes für Wirtschaftsforschung, 6. Jahrg., Heft 5, Essen 1955, S. 104-107, bes. S. 105;
PACKARD, Vance: The Waste Makers, New York 1960, deutsche Ausgabe: Die große Verschwendung, Übersetzer: Walther Schwerdtfeger, Düsseldorf 1961 bes. S. 71-126;
HODGES, Gilbert T.: Frankfurter Zeitung 73. Jahrg., Nr. 422, zitiert von VERSHOFEN, Wilhelm, Wirtschaft als Schicksal und Aufgabe, Darmstadt 1930 S. 237 f u.a.

³⁾ Vgl. BERGLER, Georg: Das Risiko der künstlichen Veralterung in der modernen Absatzwirtschaft, Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Hrsg. Bergler, Georg u. Vershofen, Wilhelm, 8. Jahrg., Nürnberg 1962, S. 1-30 u. PACKARD, Vance: a.a.O.

technischen Fortschritte, denen neue Typen, Modelle und Dessins der gleichen Produkte unterworfen sind. ... Nur wenige oder keine Autokäufer hegen wohl die Illusion, daß sie sich ein Auto fürs Leben kaufen - sie wissen, daß der Weg vom Sammelband der Automobilfabrik zum Autofriedhof heute kürzer ist denn je".¹⁾

Die Grenzen, die der immer weiteren Forcierung des Prinzips des vorzeitigen Verschleißes durch die beschriebene Modellpolitik gesetzt sind, zeigt der amerikanische Automobilmarkt, auf dem verschiedene Pkw-Produzenten in den dreißiger Jahren mit der Folge eines starken Absatzrückganges von dem hier üblichen jährlichen Modellwechsel zu einem halbjährlichen Modellrhythmus übergingen.²⁾ Bei zu häufigem Modellwechsel besteht also für die Hersteller die Gefahr, daß sich die Käufer wertbeständigeren Konkurrenzfabrikaten zuwenden oder die Ersatzbeschaffung hinauszögern.

cc) Wirtschaftliche Gesichtspunkte

Zu den bisher geschilderten Ursachen des vorzeitigen Kraftfahrzeuersatzes treten wirtschaftliche Gründe. So bewirkt der aufgezeigte alters- und abnutzungsbedingte Fahrzeugverschleiß eine zunehmende Haltungskostenerhöhung, die durch die negativen wirtschaftlichen Folgen der immer häufiger durch Reparaturen unterbrochenen Fahrbereitschaft ergänzt wird. Es ist leicht einzusehen, daß diesen Erwägungen insbesondere beim gewerblichen Fahrzeugeinsatz großes Gewicht zukommt. Ebenso fördern konstruktionsbedingte Wirtschaftlichkeitsvorteile neuer oder jüngerer Fahrzeuge oder preisgünstige Wiederveräußerungsmöglichkeiten das Gebrauchtwagenangebot.

Von wesentlicher Bedeutung für die Realisierung der aufgezeigten Ersetzungsreize ist darüber hinaus die optimistische oder pessimistische Einschätzung der eigenen und allgemeinen Wirtschaftslage durch die Fahrzeughalter; denn durch die in den Grenzen der Gesamtnutzungsdauer freie Wahl des Ersetzungszeitpunktes wirken sich diese Einflüsse auf den Kraftfahrzeugabsatz besonders deutlich aus.³⁾

¹⁾ ALKJAER, Ejler: Vita brevis im modernen Markt, in: Der Mensch im Markt, Festschrift für Georg Bergler, Hrsg. Vershofen, Wilhelm; Meyer, Paul u.a., Berlin 1960, S. 23-29, bes. S. 25 f.

²⁾ Lt. Auskunft der Ford-Werke AG, Köln.

³⁾ Vgl. KATONA, George: Der Massenkonsum, Wien/Düsseldorf 1965, S. 302 f.

Auch die Rückschläge im Neufahrzeugabsatz in den beiden zurückliegenden Krisenjahren 1966 und 1967 waren zu einem wesentlichen Teil auf die Zurückhaltung in der vorzeitigen Kraftfahrzeugersetzung zurückzuführen.¹⁾

Entscheidend für die vorzeitige Kraftfahrzeugersetzung sind schließlich auch steuerliche Einflüsse. So bestehen durch die Absetzungsmöglichkeiten des Anschaffungspreises in Form von Abschreibungen und der Aufwendungen für die Unterhaltung als Werbungskosten für gewerbliche Kraftfahrzeughalter grundsätzlich bessere Voraussetzungen für die Ersatzbeschaffung als für private Kraftfahrzeugbesitzer. Für letztere sind nur die Haftpflichtversicherungsprämien steuerlich als Sonderausgaben abzugsfähig, sofern sie nicht als Arbeitnehmer ein Kraftfahrzeug für die Anfahrt zur Arbeitsstätte benutzen, denn in diesem Fall kann neben der Hälfte der Aufwendungen für Haftpflichtversicherung als Sonderausgaben zusätzlich eine Kilometer-Pauschale in Höhe von 0,36 DM für die einfache Entfernung zwischen Wohnung und Arbeitsstätte als Werbungskosten in Ansatz gebracht werden. Sie wird jedoch verbreitet als unzureichend angesehen.²⁾

Im gewerblichen Betrieb ist darüber hinaus der Abschreibungsverlauf von besonderem Einfluß auf den vorzeitigen Ersatzbedarf, denn ein gegenüber der tatsächlichen Nutzungsdauer verkürzter Abschreibungszeitraum, wie ihn das Finanzamt mit einer Abschreibung in fünf oder sogar nur vier Jahren zubilligt, obwohl beispielsweise die durchschnittliche Lebensdauer eines Personenwagens nach der jüngsten vorliegenden Pkw-Sterbetafel bei 10,4 Jahren liegt³⁾, fördert durch die vorzeitig zur Reinvestition zur Verfügung stehenden Abschreibungsmittel eine Beschleunigung des Ersetzungsrythmus. Bei Verwendung der degressiven Abschreibungsmethode, die das investierte Kapital schneller freisetzt als eine lineare Abschreibung, ergibt sich insbesondere bei gleichzeitigem Einsatz mehrerer Fahrzeuge ein zusätzlicher Förderungseffekt. Auch Sonderabschreibungen, wie sie z.B.

¹⁾ In diesem Sinne auch LAMBERTS, Willi u. SCHAEFER, Heinz: Der Einfluß der Konjunkturentwicklung auf die Pkw-Nachfrage in der Bundesrepublik, Mitteilungen des Rheinisch-Westfälischen Institutes für Wirtschaftsforschung, Heft 1, Essen 1967, S. 39-53, bes. S. 53.

²⁾ Vgl. Verband der Automobilindustrie: Jahresbericht 1966/67, Frankfurt a.M. 1967, S. 56.

³⁾ RHODE, Horst: Sterbetafeln für Personen- und Kombinationskraftwagen, Mitteilungen des Rheinisch-Westfälischen Institutes für Wirtschaftsforschung, Heft 3, Essen 1967, S. 235-246, bes. S. 238 ff.

im Berlinhilfegesetz gewährt werden ¹⁾), wirken sich geradezu in einer staatlichen Förderung der vorzeitigen Kraftfahrzeugersatzung aus, denn nur bei laufender Reinvestition der verflüssigten Abschreibungsmittel bleiben die durch die beschleunigte Abschreibung gewährten Steuervorteile dem Betrieb auch für die Zukunft erhalten. ²⁾)

b) Sonstige Veräußerungsgründe

Zu den bisher geschilderten Ursachen des Gebrauchtwagenverkaufes treten Angebotsgründe, die nicht durch die Ersetzungsabsicht bestimmt sind, sondern eine endgültige oder doch zumindest vorübergehende völlige Fahrzeugaufgabe bezwecken. Dazu geben in erster Linie wirtschaftliche Überlegungen den Ausschlag, wie die Unmöglichkeit der Aufbringung restlicher Kaufpreistraten bei Teilzahlungskäufen oder die Unterschätzung der Kosten der Kraftfahrzeughaltung. Ebenso können der erhöhte Kostenanfall mit zunehmendem Fahrzeugalter sowie sonstige allgemeinehaltungskostenerhöhungen den vorzeitigen endgültigen Fahrzeugverkauf bewirken. Zusätzliche Verkaufsgründe können sich auch daraus ergeben, daß sich die Einkommens- bzw. Gewinnsituation des Kraftfahrzeughalters verschlechtert hat oder erwartete Steigerungen ausgeblieben sind. Sie beeinflussen in Depressionszeiten das Gebrauchtwagenangebot sogar entscheidend. Bei gewerblich genutzten Fahrzeugen treten als weitere Angebotsursachen Betriebsaufgaben oder -umstellungen hinzu. Daneben wird die vorzeitige Fahrzeugaufgabe durch die zunehmenden Verkehrserschwerisse sowie durch Todesfall, Alter, Krankheit oder Führerscheinentzug der Fahrzeughalter ausgelöst.

2. Nachfrage nach Gebrauchtfahrzeugen

Ob und in welcher Stärke die beschriebenen vorzeitigen Verkaufsbestrebungen am Markt wirksam werden, hängt wesentlich davon ab, ob für die Gebrauchtfahrzeuge Abnehmer gefunden werden. Die Analyse der Ursachen des Gebrauchtwagen-

¹⁾ Berlinhilfegesetz vom 1. Oktober 1968, BGBl. I, S. 1049.

²⁾ Vgl. DOMAR, Evsey: The Case of Accelerated Depreciation, The Quarterly Journal of Economics, Hrsg. Chamberlin, Edward H., Vol. 67, Cambridge, Mass. 1953, S. 493-519, bes. S. 501 u.

HAX, Karl: Die Substanzerhaltung der Betriebe, Köln/Opladen 1957, S. 258 ff.

handels ist deshalb durch die Untersuchung der Nachfrage und der sie bestimmenden Faktoren zu ergänzen.

Die Grundursache der Kraftfahrzeugnachfrage ist das uralte menschliche Verlangen nach größerer Mobilität, welches das Automobil als sich selbst bewegendes Landfahrzeug durch seine Schnelligkeit, leichte Bedienbarkeit und jederzeitige Fahrbereitschaft in idealer Weise befriedigt. Deshalb ist der Motorisierungswunsch weit verbreitet.¹⁾

Vor Einführung des Gebrauchtwagens in den Markt blieben durch die Höhe der Neuwagenpreise weite Schichten der Bevölkerung vom Kraftfahrzeugerwerb ausgeschlossen. Diesen für den Neuwagenkauf nicht oder noch nicht in Frage kommenden kaufkraftschwächeren Interessentenkreisen bot erst der billigere Gebrauchtwagen den Schlüssel zur eigenen Motorisierung, wenngleich durch die Höhe der in Form von Kraftfahrzeugsteuer und -versicherungen sowie für Treibstoff, Öl und Instandhaltung anfallenden Haltungskosten nach wie vor zahlreiche Motorisierungswünsche unbefriedigt bleiben.

Auch den gewerblichen Käufern gewährt der in kurzfristiger Betrachtung den gleichen technischen Grundnutzen wie ein Neufahrzeug bietende Gebrauchtwagen²⁾ durch seine geringere Kapitalbindung wesentliche finanzwirtschaftliche Vorteile, zumal da auch seine Refinanzierung durch neuerlichen Kauf von Gebrauchtfahrzeugen aus den sich verflüssigenden Abschreibungsmitteln erfolgen kann. Im Falle der Beschaffung von Gebrauchtwagen verschiedenster Alters- und Abnutzungsstufen, also durch den Aufbau eines Kraftfahrzeugbestandes mit sich weitgehend überschneidenden Nutzungsdauern, wäre bei einer genügend großen Fahrzeugzahl sogar die Ersetzung der jeweils ausgedienten Kraftwagen durch Neufahrzeuge möglich, ohne daß dazu wesentliches zusätzliches Kapital aufzuwenden wäre. Diese Erkenntnisse ergeben sich in Nutzanwendung des 'Kapitalfreisetzungseffektes' bzw.

¹⁾ Vgl. CHRIST, Jürgen: Untersuchung absatzhemmender Faktoren in der westdeutschen Automobilindustrie und der Möglichkeiten ihrer Beseitigung, Diss., Frankfurt a.M. 1955, S. 19.

²⁾ Vgl. NEUBERT, Helmut: Anlagenfinanzierung aus Abschreibungen, ZfHf, NF, Hrsg. Hax, Karl, 3. Jahrg., Köln/Opladen 1951, S. 367 - 383 u. 415-423, bes. S. 367 f.

'Kapazitätserweiterungseffektes' aus Abschreibungen, nach dem ein Anlagenbestand langfristig mit einem Bruchteil der sich durch Abschreibungen verflüssigenden ehemaligen Neuanschaffungswerte erhalten kann. Er bemißt sich z.B. bei linearem Abschreibungsverlauf im Grenzfall auf 50 %. ¹⁾)

Neben den geschilderten grundlegenden Nachfrageursachen kann auch eine unzureichende Neufahrzeugproduktion eine verstärkte Hinwendung der Kraftfahrzeugnachfrage zum Gebrauchtwagen bewirken. Ebenso beeinflussen akzessorische Nutzenerwägungen, wie technische und sportliche Interessen sowie der allgemeine Prestigewert des Kraftfahrzeugbesitzes den Kaufentschluß, wobei entsprechend den dargestellten Neuwagen-Nachfragegründen jüngere Gebrauchtwagen gegenüber älteren Fahrzeugen in der Regel vorgezogen werden.

Die zuletzt angedeutete Erscheinung muß auch für die Gebrauchtwagenerneuerung beachtet werden, da z.B. auf dem Personenwagenmarkt der Großteil der alternden Gebrauchtwagen bis zu ihrer endgültigen Außerbetriebsetzung sogar mehrfach umgesetzt wird. ²⁾) Dabei erfolgt der Eintausch vielfach gegen jüngere oder weniger genutzte Gebrauchtfahrzeuge. Die als Grundursachen des Gebrauchtwagenangebotes beschriebenen vorzeitigen Ersetzungsbedürfnisse sind somit auch für die Ge-

¹⁾) Vgl. GOEDECKE, C.H.: Die Bewegung des Erneuerungsfonds und seine Beziehungen zum Tilgungsfonds, Zeitschrift für Kleinbahnen, Hrsg. Ministerium für öffentliche Arbeit, 20. Jahrg., Berlin 1913, S. 302 - 320; derselbe: Die Verwendung von Abschreibungen, Technik und Wirtschaft, Hrsg. Verein Deutscher Ingenieure (VDI), 7. Jahrg., Berlin 1914, S. 281 - 286;

RUCHTI, Hans: Die Abschreibung als Finanzierungsmittel, Die Betriebswirtschaft, Zeitschrift für Handelswissenschaft und Handelspraxis, Hrsg. Nicklisch, Heinrich; Feld, Friedrich u.a., 35. Jahrg., Stuttgart 1942, S. 45-58 u. 90-95, bes. S. 46 ff;

THIESS, Erich: Kurz- und mittelfristige Finanzierung, in: Die Wirtschaftswissenschaften, Hrsg. Gutenberg, Erich, Wiesbaden 1958, S. 42 ff u.a.

²⁾) Die durchschnittliche Besitzdauer der umgeschriebenen Fahrzeuge betrug dabei 1965 nach Ergebnissen einer im Auftrage eines großen deutschen Automobilherstellers durchgeführten Repräsentativbefragung von Gebrauchtwagenkäufern (im folgenden als Repräsentativbefragung I, 1965 zitiert) 30 Monate bzw. 42 000 km. Unter Zugrundelegung einer mittleren Lebenserwartung von 10,4 Jahren (vgl. RHODE, Horst a.a.O.) ergibt sich also, daß ein Pkw heute bis zu seiner endgültigen Außerbetriebsetzung durchschnittlich dreimal gebraucht seinen Eigentümer wechselt.

brauchtwarennachfrage wirksam. Ebenso geschieht auch die Ersetzung der endgültig ausgedienten Altfahrzeuge vorrangig durch Gebrauchtwagen, weil "jemand, der einen Personenkraftwagen bis zur Verschrottung fährt, ... nur in den seltensten Fällen finanziell in der Lage ist, ein Neufahrzeug zu kaufen." ¹⁾

3. Zusammenfassung

Die vorstehende Analyse der Entstehungsgründe des Gebrauchtwagenhandels enthüllte als Hauptgrund des Gebrauchtwagenangebotes die Absicht der vorzeitigen Kraftfahrzeuersetzung. Sie hat ihre Ursache in den mit zunehmenden Fahrzeugalter immer stärker zutage tretenden Verschleißzeichen und der fortschreitenden Technik der jeweils neuen Modelle. Hinzu treten Mode- und Prestigegesichtspunkte, denen besonderes Gewicht auf dem Personen- und Kombinationswagenmarkt zukommt. Sie bewirken hier sogar wiederholte Fahrzeugumsätze, zusammen mit den technischen Angebotsgründen und den anschließend aufgeführten Nachfrageursachen. Auf dem Nutzfahrzeugmarkt wurde demgegenüber wirtschaftlich-technischen Ersetzungsgründen vorrangige Bedeutung zuerkannt. Daneben standen Angebotsgründe, die eine endgültige oder doch vorübergehende völlige Fahrzeugaufgabe bezwecken.

Als Hauptursache der Nachfrage nach gebrauchten Kraftfahrzeugen wurde demgegenüber das verbreitete Motorisierungsstreben beschrieben und dargelegt, daß der preisgünstige gebrauchte Wagen besonders den Bedürfnissen und finanziellen Möglichkeiten der kaufkraftärmeren Interessentenkreise entgegenkommt.

¹⁾ STUMPF, Herbert: Die langfristige Absatzprognose als Problem der Markterkundung in der Automobilindustrie, Diss.Frankfurt a.M. 1957, S. 138.

C. Ausdehnung des Gebrauchtwagenabsatzes

1. Marktentwicklung bis 1945

Im folgenden sei die Entwicklung des Gebrauchtwagenabsatzes unter den beschriebenen Einflußursachen näher dargestellt.

In der ersten Entwicklungsphase des deutschen Kraftfahrzeugmarktes waren Gebrauchtwagenumsätze bei geringer Verbreitung des Automobils und unbedeutender Ersatznachfrage selten. Das auch im Vergleich zum Bestand niedrige Handelsvolumen war eine Folge der noch geringen Lebensdauer der Kraftfahrzeuge. Außerdem spielten modische Gesichtspunkte zunächst nur eine untergeordnete Rolle. Mit dem Wandel des Kraftwagens vom reinen Luxusgegenstand zum anerkannt nützlichen Gebrauchsgut, etwa seit dem Jahre 1907, begann ein umfangreicherer Handel mit gebrauchten Kraftfahrzeugen, der sich, durch die sprunghafte technische Entwicklung im Kraftfahrzeugbau gefördert, schnell weiter ausdehnte. So berichtet KÖNIG, daß die Gebrauchtwagenumsätze schon vor dem ersten Weltkrieg mengenmäßig die Höhe der Neuwagenverkäufe erreichten.¹⁾ Er beziffert den Jahresumsatz genauer mit etwa einem Fünftel des Kraftfahrzeugbestandes, so daß in den letzten 12 Monaten vor dem Krieg nach den am 1. Januar 1914 festgestellten Beständen von 60 876 Pkw und 9 739 Lkw²⁾ etwa 14 000 Gebrauchtwagen umgesetzt wurden.

In den Kriegsjahren kam das private Kraftfahrzeuggeschäft und damit auch der Gebrauchtwagenhandel weitgehend zum Erliegen. Jedoch lebte der Handel durch die große Zahl gebrauchter Kraftfahrzeuge, die aus deutschen und amerikanischen Heeresbeständen auf den Markt schwemmten, danach schnell wieder auf.

Auch in der Folgezeit wird von lebhaften Gebrauchtwagenumsätzen berichtet. Dies betrifft auch die Inflationsperiode, in der viele Kraftwagen aus wirtschaftlichen Gründen abgestoßen wurden. In der Nachinflationszeit förderte darüber hinaus die zunehmende Verbilligung der Neufahrzeuge durch preiswerte Importe und ratio-

¹⁾ KÖNIG, Adolf: Ankauf und Unterhaltung gebrauchter Kraftwagen, Autotechnische Bibliothek, Bd. 45, Berlin 1918, S. 9.

²⁾ MEIBES, Otto: Die deutsche Automobilindustrie, Berlin 1928, S. 18.

nellere Produktionsmethoden die vorzeitige Kraftfahrzeugersatzung und damit das Gebrauchtwagenangebot. Zunehmend größere Bedeutung für die Ausdehnung des Gebrauchtwagenhandels gewann auch der sich nach amerikanischem Vorbild durchsetzende systematische Modellwechsel durch die Hersteller.

Erhebungen über den Umfang des Gebrauchtwagenabsatzes liegen für den betrachteten Zeitraum nicht vor. Geht man jedoch entsprechend der Schätzung KÖNIGS von Gebrauchtwagenumsätzen in Höhe eines Fünftels des Bestandes als Mindestumsatzerwartung aus, so ergab sich z.B. im Jahre 1925 bei einem Bestand von 256 551 Kraftwagen ¹⁾ ein Gebrauchtwagenhandelsvolumen von wenigstens 50 000 Kraftwagen.

Einzelne Zahlenangaben über den Gebrauchtwagenabsatz liegen aus der Zeit der Wirtschaftskrise vor, die sich - wie schon die Inflationsperiode - durch eine hohe Gebrauchtwagenfluktuation auszeichnete. Sie war Folge des erhöhten Angebotes durch Kraftfahrzeughalter, die sich durch die Verschlechterung der Wirtschaftslage gezwungen sahen, ihre Fahrzeuge abzustoßen, sowie der Stützung der Nachfrage durch das Abwandern von Neuwageninteressenten auf den billigeren Gebrauchtwagen. ²⁾ Der Gebrauchtwagenabsatz stieg dadurch weit über den Neuwagenverkauf hinaus, der - wie die folgende Tabelle zeigt - in den Krisenjahren stark zurückging.

Tabelle 1: Neuzulassungen von Personen- und Lastkraftwagen im Deutschen Reich 1928 bis 1933 ³⁾

Jahr	Personenwagen	Lastkraftwagen
1928	115 300	19 700
1929	103 100	14 500
1930	85 200	10 400
1931	54 600	8 000
1932	39 800	4 700
1933	84 100	7 500

¹⁾ Kraftwagenbestand am 1. Juli 1925 lt. Verband der Automobilindustrie: Tatsachen und Zahlen aus der Kraftverkehrswirtschaft 1966/67, 31. Folge, Frankfurt a.M. 1967, S. 171.

²⁾ Vgl. KOCH, Waldemar, a.a.O., S. 312 f u. HASSINGER, Johanna: a.a.O. S. 46.

³⁾ Quelle: Reichsverband der deutschen Automobilindustrie: Tatsachen und Zahlen aus der deutschen Kraftverkehrswirtschaft, Berlin 1933 u. 1934.

Im Zuge dieser Entwicklung wurden 1930 mit rund 180 000 Gebrauchtwagen fast doppelt so viele Gebrauchtfahrzeuge verkauft wie Neuwagen. ¹⁾ Im Jahre 1932, im Höhepunkt der Krise, betrug das Verhältnis zwischen Gebrauchtwagen- und Neuwagenverkäufen auf dem Personenwagenmarkt sogar vier zu eins ²⁾ und auf dem Lkw-Markt 4,4 zu eins ³⁾.

In den folgenden Jahren erholte sich der Automobilmarkt unter dem Einfluß der an anderer Stelle noch näher darzustellenden Marktordnung der deutschen Automobilwirtschaft und der motorisierungsfördernden Wirtschaftspolitik der national-sozialistischen Regierung, die die Kraftfahrzeugsteuer für neue Pkw abschaffte und für gebrauchte Pkw die Möglichkeit einer Steuerablösung gewährte ⁴⁾, schnell. Dies verdeutlicht Tabelle 2.

Tabelle 2: Neuzulassungen und Besitzumschreibungen von Personenwagen im Deutschen Reich 1932 bis 1936

Jahr	Neuzulassungen ⁵⁾	Umschreibungen ⁶⁾
1932	39 800	128 001
1933	84 100	124 104
1934	138 300	134 054
1935	191 400	168 720
1936	217 300	225 000

¹⁾ GERCKE, KLEINRATH, HÄDRICH: Aufstieg oder Untergang von Automobil-Industrie und -Handel in Deutschland, Veröffentlichung des RDK, Berlin 1931 S. 35.

²⁾ Lt. Angaben des Institutes für Konjunkturforschung (IfK), zitiert nach HASSINGER, Johanna: a.a.O., Anm. 19, S. 46.

³⁾ Reichsverband des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes: 25 Jahre Verbandsarbeit, Halle (Saale) 1935, S. 75.

⁴⁾ Zentralverband des Kraftfahrzeughandels (Hrsg.): Der Kraftfahrzeugkaufmann, 1. Aufl., München 1958, S. 262.

⁵⁾ Quelle: Reichsverband der deutschen Automobilindustrie: Tatsachen und Zahlen aus der deutschen Kraftverkehrswirtschaft, Berlin, 1933 bis 1937.

⁶⁾ Quelle: Kraftfahrzeug-Handel und Bewirtschaftung, Bd. I, Berlin 1936, S. 576 ff, zitiert nach RÖTTGER, Hermann: Die Struktur des deutschen Automobil-Einzelhandels mit Personenkraftwagen, Diss., Köln 1940, S. 13 u. KOCH, Waldemar: a.a.O., S. 313.

Nachdem die Verkäufe gebrauchter Personenwagen noch 1933 das 1,5-fache der Neuzulassungen betragen hatten, wiesen die Jahre 1934 bis 1936 etwa gleichgroße Neu- und Gebrauchtwagenumsätze auf. Eine ähnliche Entwicklung war auch auf dem Lkw-Markt zu beobachten, auf dem im Jahre 1936 schließlich 45 731 Fahrzeuge neu und 40 200 Lkw gebraucht zugelassen wurden.¹⁾

Auch in den Folgejahren dehnte sich der Gebrauchtwagenabsatz weiter kräftig aus, weil er dadurch gefördert wurde, daß sich die Kraftfahrzeugnachfrage durch eine ungenügende Neuwagenproduktion verstärkt dem gebrauchten Wagen zuwandte. Die Düsseldorfer 'Rheinische Landeszeitung' berichtet, daß die Gebrauchtwagenverkäufe im Zuge dieser Entwicklung in den ersten Monaten des Jahres 1939 auf das Doppelte der Neuzulassungen anstiegen.²⁾ Das private Kraftfahrzeuggeschäft und mit ihm der Gebrauchtwagenhandel wurden dann jedoch im Verlauf des zweiten Weltkrieges stark eingeschränkt und kamen gegen Kriegsende, wie schon im ersten Weltkrieg, fast ganz zum Erliegen.

2. Wachstum des westdeutschen Gebrauchtwagenmarktes

Die Nachkriegszeit brachte mit der politischen Teilung unterschiedliche Entwicklungen in West- und Mitteldeutschland. Während in der Sowjetzone eine nach wie vor ungenügende Kraftfahrzeugversorgung zur Folge hat, daß auf dem Gebrauchtwagenmarkt selbst Vorkriegsmodelle noch einen guten Preis erzielen, erreichte der westdeutsche Kraftfahrzeugmarkt und mit ihm der Gebrauchtwagenhandel frei von planwirtschaftlichen Fesseln eine nie erwartete Ausdehnung. Das Wachstum der Gebrauchtwagenkäufe läßt sich hier seit Beginn der fünfziger Jahre anhand der Umschreibungsstatistiken des Kraftfahrt-Bundesamtes erstmals über einen längeren Zeitraum zahlenmäßig genau verfolgen, wenn man den geringen Anteil derjenigen Umschreibungen vernachlässigt, die nicht auf Verkäufe, sondern Schenkungen bzw. Erbfälle zurückgehen.³⁾ Die Entwicklung des Absatzes von Gebrauchtfahrzeugen

¹⁾ KOCH, Waldemar: a.a.O., S. 313.

²⁾ Rheinische Landeszeitung, Nr. 124, Düsseldorf v. 7.5.1939, zitiert nach RÖTTGER, Hermann: a.a.O., S. 14.

³⁾ Kraftfahrt-Bundesamt: Der Bestand an Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern und seine Veränderungen im Gebiet der Bundesrepublik Deutschland und in West-Berlin im Jahre ... (1954 bis 1957), Bad Godesberg; dasselbe: Neuzulassungen - Besitzumschreibungen - Löschungen von Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern im Jahre ... (1958 bis 1968), Bad Godesberg.

verlief danach während einer starken Expansion des Kraftwagenbestandes von 432 000 Fahrzeugen am 1. Juli 1947 ¹⁾ auf über 13 Millionen Kraftwagen - darunter über 11 Millionen Pkw - zum Jahresende 1968 ²⁾ im einzelnen wie folgt:

a) Handel mit gebrauchten Personenwagen

Die Umschreibungen gebrauchter Personenwagen, die in der Nachkriegszeit eine besonders starke Ausdehnung erfahren haben, wuchsen von 238 659 im Jahre 1952, in dem sie zum ersten Mal für das gesamte Bundesgebiet ausgewiesen wurden, auf 2 300 039 im Jahre 1968 ³⁾. Diese schnelle Entwicklung wurde nur durch den jüngsten Konjunkturrückschlag unterbrochen, dessen Auswirkungen auf dem Kraftfahrzeugmarkt durch Erhöhungen der Haftpflichtversicherungsprämien und Mineralölsteuer sowie die Senkung der steuerlichen Kilometerpauschale für Arbeitnehmer - fahrten mit Kraftwagen zwischen Wohnung und Arbeitsplatz verschärft wurden. Er hatte einen geringfügigen Rückgang der Umschreibungen zur Folge. Von der Angebotsseite her wurde die dargestellte Markterweiterung durch die bei ungenügender Neuwagenproduktion lange Jahre sehr guten Wiederveräußerungsmöglichkeiten für gebrauchte Fahrzeuge gefördert. Hinzu traten die nach der Währungsreform eingeführten Sonderabschreibungen für gewerbliche Kraftfahrzeughalter, der zunehmend systematische Modellwechsel der Neuwagenhersteller und die mit der Wohlstandsteigerung rasch wachsenden Repräsentations- und Abwechslungsbedürfnisse der Kraftfahrzeugkäufer. Auf der Nachfrageseite standen dagegen die Einkommenssteigerung weiter bisher unmotorisierter Bevölkerungsschichten im Mittelpunkt der Expansionsursachen. Auch tauschten zahlreiche Motorradbesitzer ihre Fahrzeuge mit steigendem Einkommen gegen einen Personenwagen ein. Dadurch verdrängte im Verlauf der günstigen wirtschaftlichen Nachkriegsentwicklung der komfortablere Pkw das zunächst dominierende Motorrad immer mehr vom Kraftfahrzeugmarkt, wie die seit Mitte der fünfziger Jahre rückläufige Entwicklung der Nachfrage nach neuen

¹⁾ Verband der Automobilindustrie: Tatsachen und Zahlen aus der Kraftverkehrswirtschaft 1966/67, 31. Folge, Frankfurt a.M. 1967, S. 28.

²⁾ Kraftfahrt-Bundesamt: Neuzulassungen - Besitzumschreibungen - Löschungen von Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern im Jahre 1968, a.a.O., S. IV.

³⁾ Vgl. zu diesen und den folgenden Zahlenangaben die Umschreibungs - Neuzulassungs- und Bestandsstatistiken im Anhang S. 188 ff.

und gebrauchten zulassungspflichtigen Kraftträdern im Anhang zeigt. Mit der zunehmenden Wohlstandssteigerung erwies sich das Motorrad gegenüber dem Pkw also als ein sogenanntes 'inferiores' Gut.

Die folgende Graphik macht deutlich, daß die Gebrauchtwagennachfrage im Zuge dieser Entwicklung in den letzten Jahren erheblich über den Neuzulassungen lag.¹⁾ Sie zeigt auch, daß der Neuwagenverkauf, der die Gebrauchtwagenumschreibungen nur in den Jahren 1955 und 1956 zahlenmäßig übertraf, von der jüngsten Absatzkrise wesentlich stärker betroffen wurde als die Gebrauchtwagennachfrage. Dies bestätigt erneut die schon in der Inflationszeit und der Wirtschaftskrise festgestellte geringere Konjunktorempfindlichkeit des Gebrauchtwagenhandels, wenn gleich die seit Jahren nahezu ein Viertel des Bestandes ausmachende Umschreibungsquote 1967 infolge der rezessionsbedingten Nachfragezurückhaltung auf dem Kraftfahrzeugmarkt auf 20,8 % des Juli-Bestandes von 10 231 555 Fahrzeuge zurückging.

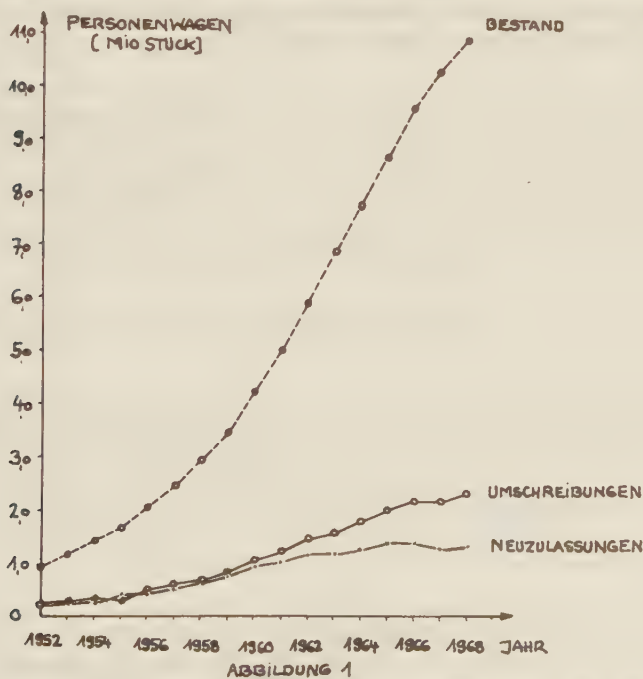


ABBILDUNG 1
BESITZUMSCHREIBUNG, NEUZULASSUNGEN UND BESTAND (AM 1. JULI) VON
PERSONENWAGEN IM BUNDESGEBIET UND WEST-BERLIN 1952 BIS 1968

¹⁾ 1968 entfielen bei den Personenwagen auf 100 Neuzulassungen 177 Umschreibungen.

Wie die folgende Graphik andeutet, ergaben sich im Verlauf der Nachkriegsjahre deutliche Wandlungen in der Zusammensetzung der Gebrauchtwagenkäufererschaft. Dies zeigt deutlich der Vergleich der Umschreibungen auf Arbeitnehmer und Unternehmen, Selbständige und sonstige.

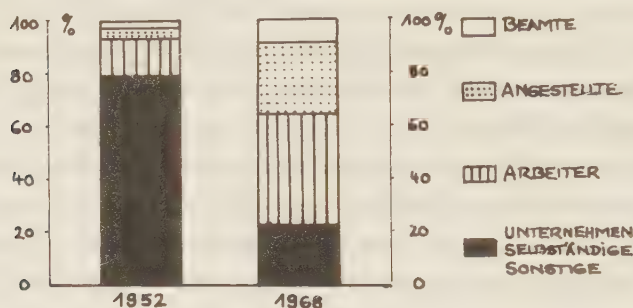


ABBILDUNG 2
ANTEILE DER KÄUFERGRUPPEN AN DEN BESITZUMSCHREIBUNGEN
VON PERSONENWAGEN 1952 UND 1968 [%]¹⁾

Der Anteil der Arbeitnehmer wuchs im Zuge einer beträchtlichen Erhöhung der Löhne und Gehälter von 20,4 % der Gebrauchtwagenkäufe im Jahre 1952 auf 79,5 % im Jahre 1968, nachdem er im Verlauf der jüngsten Rezessionserscheinungen und als Folge der beschriebenen Haltungskostenerhöhungen vorübergehend rückläufig gewesen war. Dabei stellten die Arbeiter unter den Arbeitnehmern, die 1952 nur einen Anteil von 5,4 % aufwiesen, im Jahre 1968 mit 44 % den klar dominierenden Käuferanteil vor den Angestellten und Beamten mit 27,5 % bzw. 8,0 %.

Der Anteil der Unternehmen, Selbständigen und sonstigen an den Gebrauchtwagenkäufen, der 1952 noch 79,6 % betrug, belief sich demgegenüber im Jahre 1968 nur noch auf 20,5 %. Die Nachfragequoten der Arbeitnehmer und der Unternehmen, Selbständigen und sonstigen haben sich damit durch die wesentlich stärkere Ausdehnung der Arbeitnehmerkäufe seit 1952 anteilmäßig völlig umgekehrt.

Wie aus der folgenden Tabelle hervorgeht, sind auch in der Zusammensetzung der Besitzumschreibungen nach Hubraumklassen wesentliche Veränderungen zu beobachten.

¹⁾ Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt: Der Bestand an Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern und seine Veränderungen... im Jahre 1955, S. XVI u. Neuzulassungen - Besitzumschreibungen - Löschungen von Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern im Jahre 1968, S. XII.

Tabelle 3: Anteile der Hubraumklassen an den Besitzumschreibungen von Personenwagen im Bundesgebiet und West-Berlin 1952 bis 1968 (%) ¹⁾

Hubraum	1952	1955	1960	1965	1968
bis 999 ccm	25,9	25,5	30,6	27,1	22,1
1000 bis 1499 ccm	56,8	60,8	57,7	55,4	54,5
1500 bis 1999 ccm	12,9	9,4	8,1	13,8	18,9
2000 bis 2499 ccm	3,6	3,9	3,1	2,1	2,8
2500 und mehr ccm	0,8	0,4	0,5	1,6	1,7
Insgesamt	100,0 ²⁾	100,0 ³⁾	100,0	100,0	100,0

Die Gebrauchtwagenkäufe konzentrieren sich – wie noch ausführlicher gezeigt wird – aus Wirtschaftlichkeitsgründen schwerpunktmäßig auf die Hubraumklasse 1 000 bis 1 499 ccm. 1968 betrug ihr Anteil an den Gesamtumschreibungen 54,5 % gegenüber 22,1 % der Kleinwagenklasse bis 999 ccm Hubraum. Die Nachfrage war nach beiden Hubraumklassen in den letzten Jahren rückläufig. Die Käufer wandten sich hier mit zunehmendem Wohlstand in verstärktem Maße größeren Fahrzeugen zu. Dieser Trend zum größeren Wagen zeigte sich deutlich in der Entwicklung der Hubraumklasse 1 500 bis 1 999 ccm, deren Umschreibungsanteil von 8,1 % im Jahre 1960 auf 18,9 % im Jahre 1968 kräftig anstieg.

b) Umschreibungsentwicklung bei Kombinationskraftwagen

Auch bei den Kombinationskraftwagen, einem aus dem Pkw entwickelten Fahrzeugtyp zur wahlweisen Beförderung von Personen und Lasten, ist nach den vom Kraftfahrt-Bundesamt seit 1954 ausgewiesenen Zahlen bis 1968 eine schnelle Ausdehnung der Umschreibungen von 10 491 auf 132 446 oder auf mehr als das 12-fache zu beobachten. ⁴⁾ Dabei übertreffen die Gebrauchtwagenumsätze seit 1967 erstmals die

¹⁾ Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt: Der Bestand an Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern und seine Veränderungen ... im Jahre 1954, 1955 und Neuzulassungen – Besitzumschreibungen – Löschungen von Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern im Jahre 1960, 1965, 1968.

²⁾ 1952 ohne Saarland und West-Berlin.

³⁾ 1955 ohne Saarland.

⁴⁾ Vgl. zu diesen und den folgenden Zahlenangaben die Umschreibungs-, Neuzulassungs- und Bestandsstatistik im Anhang S. 188 ff.

Neuzulassungen. - Die Umschreibungsquote, die 1968 bezogen auf den Juli-Bestand von 842 873 Fahrzeugen 15,7 % betrug, macht deutlich, daß der vorzeitige Kraftfahrzeuersatz auf dem Kombinationskraftwagenmarkt weniger stark ausgeprägt war als bei den Personenkraftwagen, wofür die Vorrangigkeit der wirtschaftlichen vor den modisch-prestigemäßigen Kaufmotiven bei den Kombinationskraftwagenkäufern den Ausschlag gegeben haben dürfte.

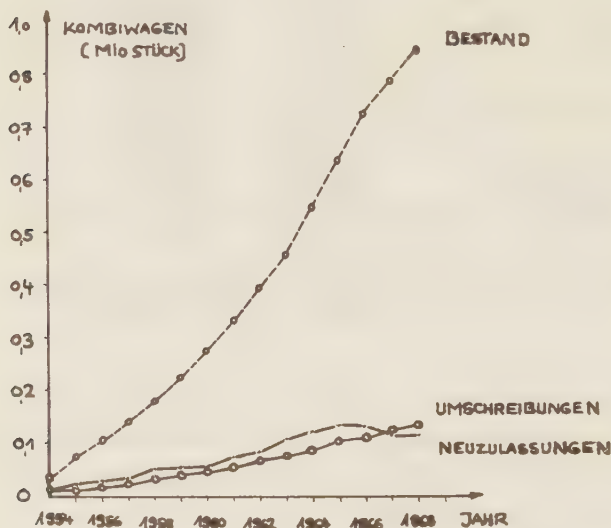


ABBILDUNG 3
BESITZUMSCHREIBUNGEN, NEUZULASSUNGEN UND BESTAND (AM 1. JULI) VON
KOMBINATIONSKRAFTWAGEN IM BUNDESgebiet UND WEST-BERLIN 1954 BIS 1968

Obwohl der Kombinationskraftwagen für gewerbliche Zwecke entworfen wurde, war im Zeitablauf in bezug auf die Zusammensetzung der Gebrauchtwagenkäufererschaft eine ähnliche Entwicklung zu beobachten wie auf dem Pkw-Markt, denn er erfreute sich durch seine Geräumigkeit und vielseitige Verwendbarkeit bald auch als Familienfahrzeug zunehmend größerer Beliebtheit. So nahm der Anteil der Arbeitnehmer an der Nachfrage nach Gebrauchtfahrzeugen, der 1954 erst 17,3 % betrug, bis 1968 auf 52,3 % kräftig zu. Dies hatte, wie die folgende Graphik zeigt, zur Folge, daß auch hier die Quote der Unternehmen, Selbständigen und sonstigen trotz absolut steigender Umschreibungszahlen anteilmäßig von 82,7 % auf 47,7 % absank.

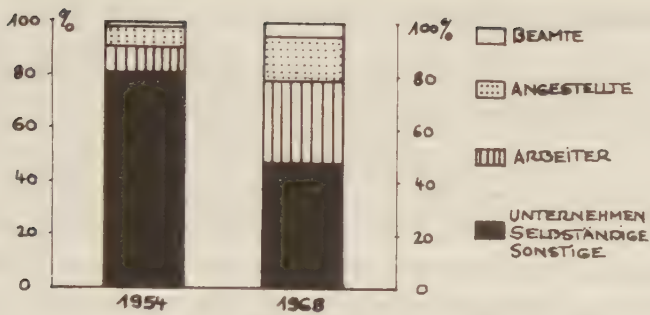


ABBILDUNG 4
ANTEILE DER KÄUFERGRUPPEN AN DEN BESITZUMSCHREIBUNGEN
VON KOMBINATIONSKRAFTWAGEN 1954 UND 1968 [%]¹⁾

Wie auf dem Pkw-Markt stellten bei den Kombinationskraftwagen die Arbeiter unter den Arbeitnehmern durchweg die größte Nachfragergruppe. Ihr Anteil, der im Jahre 1954 9 % gegenüber 6,8 % bei den Angestellten und 1,5 % bei den Beamten betrug, wuchs bis 1968 auf 31,2 %.

Auch die Zusammensetzung der Besitzumschreibungen nach Hubraumklassen, die für den Kombinationskraftwagenmarkt nach den vorliegenden Statistiken seit 1962 beobachtet werden kann, zeigt eine dem Pkw-Markt sehr ähnliche Entwicklung. Die Gebrauchtwagennachfrage konzentriert sich auf die Hubraumklasse 1 000 bis 1 499 ccm bei gleichzeitig klar ausgeprägtem Trend zum größeren Wagen.

Tabelle 4: Anteile der Hubraumklassen an den Besitzumschreibungen von Kombinationskraftwagen im Bundesgebiet und West-Berlin 1962 bis 1968 (%)²⁾

Hubraum	1962	1964	1966	1968
bis 999 ccm	16,7	13,9	12,9	10,7
1000 bis 1499 ccm	71,9	69,4	65,8	61,5
1500 und mehr ccm	11,4	16,7	21,3	27,8
Insgesamt	100,0	100,0	100,0	100,0

¹⁾ Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt: Der Bestand an Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern und seine Veränderungen... im Jahre 1955, S. XVI u. Neuzulassungen - Besitzumschreibungen - Löschungen von Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern im Jahre 1968, S. XII.

²⁾ Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt: Neuzulassungen - Besitzumschreibungen - Löschungen von Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern im Jahre 1962, 1964, 1966, 1968.

c) Absatz gebrauchter Nutzfahrzeuge

An den Umsätzen gebrauchter Nutzfahrzeuge, wie Lastkraftwagen, Zugmaschinen, Omnibusse und Sonderkraftfahrzeuge, hatten die Lastkraftwagen den größten Anteil. Ihre Umschreibungen dehnten sich zwischen 1952 und 1968 von 73 732 auf 85 539 jedoch nur unwesentlich aus, nachdem sie von 1953 bis 1957 sogar eine rückläufige Tendenz aufwiesen.¹⁾ Dies war unter anderem eine Folge des jahrelangen verkehrspolitischen Kampfes um die Abmessungen der großen Lkw mit über 5 t Nutzlast, die 1956 sehr stark reduziert wurden.²⁾ Im Zuge dieser Entwicklung übertrafen die Umschreibungen die Neuzulassungen in den Jahren 1952 bis 1955 und 1957. Danach blieben sie jedoch deutlich hinter den Neuwagenkäufen zurück.

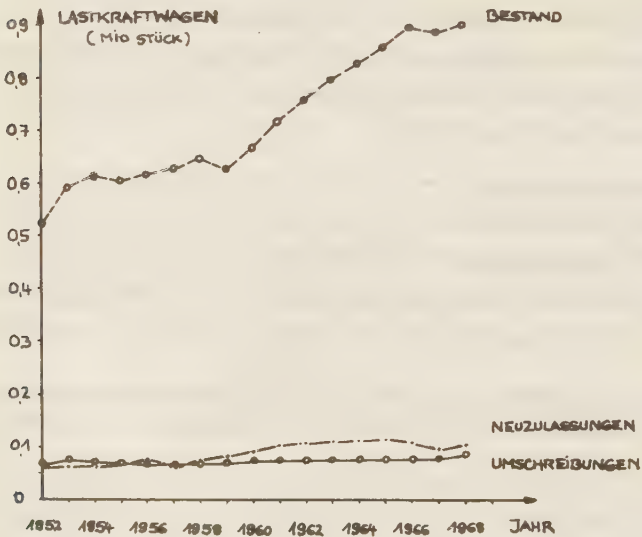


ABBILDUNG 5

BESITZUMSCHREIBUNGEN, NEUZULASSUNGEN UND BESTAND (AM 1. JULI)
VON LASTKRAFTWAGEN IM BUNDES GEBIET UND WEST-BERLIN 1952 BIS 1968

- ¹⁾ Vgl. zu diesen und den folgenden Zahlenangaben die Umschreibungs-, Neuzulassungs- und Bestandsstatistik im Anhang, S. 188 ff.
- ²⁾ Vgl. WIENKE, Baldur F.: Der Einfluß von Konjunktur und Gesetzgebung auf die LKW-Nachfrage in der Bundesrepublik, Mitteilungen des Rheinisch-Westfälischen Institutes für Wirtschaftsforschung, Heft 2, Essen 1967, S. 181-192, bes. S. 189.

1968 wurden 9,5 % des Juli-Bestandes von 899 016 Lastkraftwagen umgeschrieben, das heißt gegenüber jedem fünften Personenwagen wurde nur etwa jeder elfte Lastkraftwagen gebraucht umgesetzt. Dies war neben Absatzerleichterungen aus der gegenüber dem Pkw-Markt größeren räumlichen und zeitlichen Zersplitterung des Angebotes und der Nachfrage, auf die noch näher eingegangen wird, vor allem auf den geringeren Einfluß modischer Ersetzungs- und Prestige Gründe beim Nutzfahrzeug zurückzuführen.

Tabelle 5: Anteile der Nutzlastklassen an den Besitzumschreibungen von Lastkraftwagen im Bundesgebiet und West-Berlin 1952 bis 1968 (%) ¹⁾

Nutzlastklasse	1952	1955	1960	1965	1968
bis 999 kg	47,9	55,8	48,3	42,7	34,8
1000 bis 1999 kg	16,1	16,8	21,7	26,2	34,2
2000 bis 4999 kg	29,8	21,2	20,5	15,0	16,6
5000 und mehr kg	6,2	7,0	9,5	16,1	14,4
Insgesamt	100,0 ²⁾	100,0 ³⁾	100,0	100,0	100,0

Hinsichtlich der größenmäßigen Zusammensetzung der Umschreibungen ergab sich seit 1955 ein allmählicher Rückgang des Anteils der kleinen Last- und Lieferwagen bis 999 kg Nutzlast von 55,8 % auf 34,8 %. Nach wie vor stammten damit jedoch 1968 die meisten umgeschriebenen Lastkraftwagen aus dieser Fahrzeugklasse. Der infolge der günstigen Wirtschaftsentwicklung zwischen 1952 und 1968 von 16,1 % auf 34,2 % ansteigende Umschreibungsanteil der nächsthöheren Nutzlastklasse von 1 000 bis 1 999 kg erreichte jedoch 1968 schon fast den Anteil der kleineren Fahrzeuge. In den beiden ausgewiesenen größeren Nutzlastklassen war das Wachstum unterschiedlich. So nahm der Umschreibungsanteil der Nutzlastklasse 2 000 bis 4 999 kg, der zwischen 1952 und 1966 abnahm, auf 16,5 % bis zum Jahre 1968 wie-

¹⁾ Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt: Der Bestand an Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern und seine Veränderungen... im Jahre 1954, 1955, u. Neuzulassungen- Besitzumschreibungen - Löschungen von Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern im Jahre 1960, 1965, 1968.

²⁾ 1952 ohne Saarland und West-Berlin.

³⁾ 1955 ohne Saarland.

der leicht zu. Die Umschreibungsquote der schweren Lkw über 5 000 kg Nutzlast, die seit der Wiederheraufsetzung der höchstzulässigen Maße und Gewichte im Jahre 1960 auf 16,1 % im Jahre 1965 kräftig zugenommen hatte, bemißt sich demgegenüber 1968 nur noch auf 14,4 %. Dieser Rückgang wurde unter anderem durch die Unsicherheiten hervorgerufen, die die verkehrspolitischen Pläne der Bundesregierung für eine stärkere Verlagerung des Güterfernverkehrs von der Straße auf die Schiene auslösten.

Ein kurzer zahlenmäßiger Überblick sei auch über die Umschreibungen bei den Zugmaschinen, Sonderkraftfahrzeugen, Omnibussen und Kraftfahrzeuganhängern gegeben.¹⁾ Die Umschreibungen von Zugmaschinen wuchsen zwischen 1952 und 1966 von 16 590 auf 65 565 beträchtlich, sanken dann jedoch im Zuge der jüngsten Wirtschaftsentwicklung bis zum Jahre 1968 auf 59 399 leicht ab. Die 1968 ermittelte Umschreibungsquote von 4,4 % des Bestandes von 1 347 738 Zugmaschinen am 1. Juli zeigte, daß der Großteil der Fahrzeuge wegen des Zurücktretens der modischen Einflüsse auf dem Nutzfahrzeugmarkt bis zur Außerbetriebsetzung in der Hand des ersten Halters verblieb. Die Umschreibungen lagen dadurch während des gesamten Betrachtungszeitraumes, wie auch bei den folgenden aufgeführten Fahrzeugarten, deutlich unterhalb der Neuzulassungen.

Die Umsätze gebrauchter Sonderkraftfahrzeuge, wie u.a. Tank-, Kranken- und Bestattungsfahrzeuge, die zwischen 1952 und 1968 von 1 098 auf 6 440 anstiegen, wobei 1968 5,9 % ihres am 1. Juli 108 469 Fahrzeuge betragenden Bestandes umgesetzt wurden, waren zahlenmäßig nur gering. Dies ist darauf zurückzuführen, daß ihr Verkauf durch die speziellen Verwendungszwecke erschwert wird.

Die Nachfrage nach gebrauchten Omnibussen, die von 1 337 im Jahre 1952 auf 2 479 im Jahre 1968 wuchs, wobei in den letzten Jahren große Fahrzeuge bevorzugt wurden, war bei einer Umschreibungsquote von 5,9 % des 41 908 Fahrzeuge zählenden Bestandes ebenfalls zahlenmäßig unbedeutend.

Weniger einheitlich verlief demgegenüber das Wachstum der Anhängerumschreibungen. Ihre Zahl wuchs von 23 103 im Jahre 1952 nach einem Rückgang in der Zeit

¹⁾ Vgl. zu diesen und den folgenden Zahlenangaben die Umschreibungs-, Neuzulassungs- und Bestandsstatistik im Anhang, S. 188 ff.

von 1954 bis 1959 auf 33 937 im Jahre 1968. Die Umschreibungen, die 1968 6,3 % des Anhängerbestandes betrugen, lagen auch hier in den letzten Jahren regelmäßig unter den Neuzulassungen.

3. Zusammenfassung

Der vorstehende Abriß der bisherigen Entwicklung des Gebrauchtwagenabsatzes zeigte unter dem Einfluß der beschriebenen Angebots- und Nachfrageursachen insbesondere nach dem zweiten Weltkrieg eine starke Marktexpansion, an der die gebrauchten Personen- und Kombinationskraftwagen den größten Anteil hatten. Ihre Hauptantriebskräfte waren auf der Anbieterseite neben günstigen Wiederveräußerungsmöglichkeiten, der systematische Modellwechsel durch die Hersteller, die mit wachsendem Wohlstand steigenden Repräsentations- und Abwechslungsbedürfnisse der Kraftfahrzeugkäufer sowie die Sonderabschreibungsmöglichkeiten für gewerblich genutzte Kraftfahrzeuge. Von der Nachfrageseite her war sie eine Folge der Einkommenserhöhung weiter bisher unmotorisierter Bevölkerungskreise, durch die die Arbeitnehmer und unter ihnen besonders die Arbeiter immer stärker als Gebrauchtwagenkäufer in Erscheinung traten. Als eine weitere Folge der laufenden Wohlstandsteigerung war in den letzten Jahren ein deutlicher Trend vom Kleinstautomobil zum größeren Wagen zu beobachten.

Langsamer verlief die Ausdehnung der Gebrauchtwagenumsätze auf dem Nutzfahrzeugmarkt, was neben den gegenüber dem Pkw-Markt erschwerten Bedingungen für die Zusammenführung des Angebotes und der Nachfrage darauf zurückzuführen war, daß modische Einflüsse und Prestigebedürfnisse hier für die Fahrzeugersetzung wesentlich geringere Bedeutung hatten. Auch bei den Nutzfahrzeugen, wie u.a. bei den Lkw und Omnibussen, offenbarte sich im Laufe der Zeit eine Verlagerung der Nachfrage von kleineren auf größere Fahrzeuge.

Daneben wurde sowohl auf dem Pkw-Markt als auch auf dem Nutzfahrzeugmarkt auf gesetzgeberische und konjunkturelle Einflüsse verwiesen, denen der Gebrauchtwagenabsatz unterlag. So kamen z.B. auch die jüngsten Rezessionserscheinungen, deren Auswirkungen auf dem Kraftfahrzeugmarkt durch Haltungskostenerhöhungen verstärkt wurden, in einer deutlichen Kaufzurückhaltung zum Ausdruck. Inzwischen sind die Auswirkungen dieser Absatzkrise weitgehend überwunden, denn die jüng-

sten vorliegenden Zahlen zeigen eine erneute Ausdehnung des Gebrauchtwagenmarktes. Vor genaueren Absatzprognosen für die Zukunft scheint jedoch - wie der jüngste unvorhergesehene Rückschlag zeigte - Zurückhaltung geboten.

D. Arten des Gebrauchtwagenhandels

Nach der Darstellung der Ursachen und der bisherigen zahlenmäßigen Entwicklung des Gebrauchtwagenabsatzes beanspruchen die verschiedenen Formen des Gebrauchtwagenhandels Beachtung. Dazu sei an die Veräußerungsprobleme des einzelnen Kraftfahrzeughalters angeknüpft, dem sich grundsätzlich die folgenden drei Absatzwege bieten:

1. Selbstverkauf an den Nachverwender
2. Einschaltung von Vermittlern
3. Veräußerung an den gewerblichen Kraftfahrzeughandel

1. Selbstverkauf

Auf dem Personenwagenmarkt führt oft schon das Angebot bei Verwandten oder Bekannten zum Erfolg, denn nach einer Repräsentativbefragung von Gebrauchtwagenkäufern aus dem Jahre 1965 kauften 22 % aller Gebrauchtwagenkäufer ihr Fahrzeug aus diesem Personenkreis. ¹⁾ Häufig wird die Verkaufsabsicht zusätzlich durch ein Hinweisschild am Fahrzeug kundgetan. Die gleichzeitig mit dem Angebot gegebene Besichtigungsmöglichkeit spricht für diese Art der Käuferwerbung, wenngleich die Polizei in den Zentren der Großstädte zunehmend schärfer gegen derartige zum Zwecke des Verkaufs geparkte Fahrzeuge mit Anzeigen vorgeht. ²⁾

Sehr stark verbreitet ist auch die Käuferwerbung durch eine Zeitungsannonce. Die Verkäufer bedienen sich dazu der Kleinanzeige im Anzeigenteil der Tageszeitungen,

¹⁾ Lt. Ergebnissen einer 1965 im Auftrag eines großen deutschen Kfz-Herstellers durchgeführten Repräsentativbefragung von Gebrauchtwagenkäufern (im folgenden als Repräsentativbefragung I, 1965, zitiert).

²⁾ Vgl. Der Tagesspiegel, 22. Jahrg., Berlin v. 9.10.1966, S. 14.

der, indem er zahlreiche Konkurrenzangebote zusammenfaßt, für den Verkauf außerhalb des gewerblichen Kraftfahrzeughandels gleichsam Sortimentsfunktion erfüllt. Der Anteil der über Zeitungsanzeigen zustande gekommenen Direktverkäufe wird jedoch häufig überschätzt, denn oft werden Gebrauchtwagen von den Anbietern gleichzeitig auf verschiedenen Wegen angeboten.¹⁾ Auch stammt ein großer Teil der Zeitungsangebote von gewerblichen Kraftfahrzeughändlern. Von den privaten Umsätzen zwei Jahre alter Ford-, Opel- und Volkswagen der Pkw-Mittelklasse wurde beispielsweise 1965 nur ein Drittel über eine Zeitungsannonce abgehandelt.²⁾

Ist auf die eine oder andere Art Kontakt mit Kaufinteressenten aufgenommen worden, so verbleibt für den Verkäufer die Aufgabe des erfolgreichen Geschäftsabschlusses. Zu diesem Zweck wird die Fahrzeugbesichtigung und Probefahrt verabredet, bei denen sich der bisherige Halter und der jeweilige Kaufinteressent persönlich gegenüber treten. Darin sehen beide Seiten Vorteile. So hofft der Anbieter im Verkaufsgespräch mit dem häufig unerfahrenen Interessenten einen höheren Preis zu erzielen als bei der Veräußerung an einen fachkundigen Händler. Deshalb nimmt er die Mühen und Risiken des Selbstverkaufes auf sich. Andererseits will jedoch auch der Gebrauchtwagenkäufer mit der Wahl des direkten Einkaufsweges den aus noch näher darzustellenden Gründen als vertuernd empfundenen Weg über den gewerblichen Kraftfahrzeughandel vermeiden. Er sieht einen weiteren Vorteil darin, daß er den Vorbesitzer des angebotenen Fahrzeuges persönlich kennenlernt, denn wegen der Kompliziertheit des Warencharakters des Gebrauchtwagens werden bei der Besichtigung und Probefahrt nur selten verborgene Schäden so deutlich wie bei der Probefahrt eines gebrauchten Schwimmgases 'Amphicar' in Frankfurt, der bei der Prüfung der Wassertüchtigkeit in den Fluten des Mains versank.³⁾ Er erhofft so von der Kenntnis des früheren Besitzers zusätzliche Anhaltspunkte über den inneren Zustand der angebotenen Fahrzeuge. Auch bestehen aus erster Hand bessere Auskunftsmöglichkeiten über die bis-

¹⁾ Vgl. SCHLAGHECKEN, A.: Dynamischer Gebrauchtwagenmarkt, Mitteilungen des Rheinisch-Westfälischen Institutes für Wirtschaftsforschung, 15. Jahrg., Heft 8, Essen 1964, S. 141 - 163, bes. S. 154.

²⁾ Lt. Ergebnissen einer 1965 im Auftrag eines großen deutschen Kfz-Herstellers durchgeführten Repräsentativbefragung von Käufern zwei Jahre alter VW 1200, 1500, Opel Kadett, Opel Rekord, Ford 12 M und 17 M (im folgenden als Repräsentativbefragung II, 1965, zitiert).

³⁾ Lt. Auskunft des Autohauses Georg v. Opel, Frankfurt a.M.

herige Art und Weise der Benutzung, Fahrzeugpflege sowie durchgeführte Reparaturen. Schließlich werden durch den persönlichen Kontakt mit dem Vorbesitzer auch eventuell vorhandene hygienische Bedenken gegenüber dem Gebrauchtwagen leichter überwunden, sofern der Voreigentümer einen "ordentlichen und sympathischen Eindruck" macht.

Aufgrund der geschilderten Vorteile wurden nach Befragungsergebnissen aus dem Jahre 1965 mit 46 % fast die Hälfte aller Gebrauchtwagenverkäufe ohne jeglichen Zwischenhandel abgewickelt.¹⁾ SCHLAGHECKEN²⁾ und der Zentralverband des Kraftfahrzeughandels (ZDK),³⁾ die einen Anteil von etwa 25 % bzw. knapp 30 % angeben, unterschätzen den Selbstverkauf also wesentlich.

Die für den Pkw-Markt gewonnenen Erkenntnisse gelten annäherungsweise auch für den Kombinationskraftwagenmarkt. Ein wesentlich geringeres Ausmaß erreicht der Direktabsatz an den Nachverwender dagegen im Handel mit gebrauchten Nutzfahrzeugen, da die Käufersuche hier durch die Vielfalt der Bauformen und spezifischen Verwendungszwecke der angebotenen Gebrauchtfahrzeuge und die geringere Interessentendichte wesentlich erschwert wird. Der Selbstverkaufsanteil bemißt sich dadurch nach Schätzungen aus Händlerkreisen höchstens auf 20 % bis 25 %.

2. Verkaufsvermittlung

Die Käufersuche außerhalb des gewerblichen Kraftfahrzeughandels ist zeitraubend und mit Mühen und Risiken verbunden, die vor allem unerfahrene Gebrauchtwagenanbieter häufig scheuen. Zahlreiche Gebrauchtwagenveräußerer nehmen deshalb für den Verkauf auch die von verschiedenen Personenkreisen angebotenen Vermittlungsdienste in Anspruch.

Als Gelegenheitsvermittler fungieren Verwandte und Bekannte sowie Tank-

¹⁾ Repräsentativbefragung I, 1965.

²⁾ SCHLAGHECKEN, A.: a.a.O., S. 154.

³⁾ Lt. Auskunft des Zentralverbandes des Kraftfahrzeughandels (ZDK), Frankfurt a.M.; vgl. auch Industriekurier: Gebrauchtwagen als Schicksalsfrage, 18. Jahrg., Nr. 138, Düsseldorf vom 4.9.1965, S. 8.

stellen und Reparaturwerkstätten, die gelegentlich eine sich bietende Verkaufsmöglichkeit nachweisen und in Einzelfällen auch den gesamten Verkauf abwickeln.¹⁾ Sofern es sich nicht um eine reine Gefälligkeitsvermittlung handelt, wird für die angebotenen Dienste eine Vermittlungsprovision gefordert.

Als gewerblicher Gebrauchtwagenvermittler tritt der institutionelle Kraftfahrzeughandel auf.²⁾ Für die unerfahrenen privaten Gebrauchtwagenveräußerer bietet er die Übernahme des Verkaufes durch preis- und verhandlungserfahrene Fachleute. Die Einstellung in das Händlersortiment verbessert darüber hinaus auch häufig die Verkäuflichkeit der angebotenen Fahrzeuge. Verfügt der vermittelnde Händler über eine Werkstatt, so ergeben sich auch Gelegenheiten für Verschönerungs- und Reparaturarbeiten. Nachteilig erweist sich demgegenüber der in der Regel notwendige Fahrzeugverzicht bis zum endgültigen Verkauf, da die Veräußerungschancen ohne Fahrzeugübergabe nur gering sind. Ebenso wird eine Vermittlungsprovision in Höhe von 10 % bis 20 % des Verkaufserlöses gefordert, zu der zusätzliche Aufwendungen für Fahrzeugunterstellung und -pflege treten können, sofern die Gebrauchtwagenvermittlung nicht zur Förderung des Ersatzwagenverkaufes als ein unentgeltlicher Kundendienst gehandhabt wird.

Sonderformen der gewerblichen Gebrauchtwagenvermittlung sind sogenannte 'Vermittlungszentralen', 'Autogroßmärkte' und 'Gebrauchtwagenversteigerungsunternehmen'. "Wir ermitteln und wir vermitteln Ihren Gebrauchtwagen". Dieser Art und ähnlich wenden sich verschiedene 'Vermittlungszentralen für gebrauchte Kraftfahrzeuge', die in den letzten Jahren in mehreren Großstädten des Bundesgebietes gegründet und zum Teil mit großem Werbeaufwand eingeführt wurden, an Käufer und Verkäufer. Sie registrieren gegen eine geringe Gebühr karteimäßig Angebote und auch Kaufgesuche, um auf diesem Wege Käufer und

¹⁾ v. BRUNN u. HAGENAUER lassen diese Vermittlungsgeschäfte außer acht, wenn sie den Begriff des Gelegenheitsvermittlers nur auf die für den gewerblichen Kfz-Handel tätigen Vermittler beziehen (v. BRUNN, Johann Heinrich: Die Händlerverträge der Kraftfahrzeugwirtschaft, Frankfurt a.M. 1949, S. 18 u. HAGENAUER, Ludwig: a.a.O., S. 23).

²⁾ Es trifft also auch die zweite Aussage v. BRUNNS nicht zu, daß im Kfz-Handel "unter Vermittlung ausschließlich die Gelegenheitsvermittlung verstanden wird". (v. BRUNN, Johann, Heinrich: a.a.O., S. 23).

Verkäufer zusammenführen.¹⁾ Ob diese Unternehmen eine größere Marktbedeutung jemals erreichen, bleibt jedoch abzuwarten, da sie nicht nur in direkte Konkurrenz zu den regionalen Zeitungs-Automärkten treten, sondern auch nur wenig Interessenten von vornherein exakt wissen, welches Fahrzeug sie kaufen wollen. Bisher ist die Resonanz bei Anbietern und Käufern sehr zurückhaltend, so daß auch Pläne für den Aufbau eines Vermittlungsnetzes über das gesamte Bundesgebiet, ganz abgesehen von den dadurch aufgeworfenen Transportproblemen, für den Pkw-Markt kaum realisierbar erscheinen.²⁾

In sogenannten 'Autogroßmärkten' werden in großen Hallen von privaten Verkäufern, aber zum Teil auch von Händlern ausgestellte Gebrauchtfahrzeuge gegen eine feste Standmiete oder eine Vermittlungsprovision zum Verkauf angeboten. Sofern das Gebrauchtwagenangebot und der Werbeaufwand genügend groß sind, wird von einem lebhaften Käuferinteresse und guten Verkaufserfolgen berichtet.

Bei Gebrauchtwagenauktionen schließlich werden Gebrauchtwagen in öffentlichen Versteigerungsverfahren an den Meistbietenden verkauft.³⁾ Im Gegensatz zu den USA, wo sich neben den jedermann zugänglichen Gebrauchtwagenauktionen auch spezielle, nur für den gewerblichen Handel zugelassene Versteigerungen herausgebildet haben, deren größte in Mannheim, Pennsylvanien, Umsätze von 700 und mehr Fahrzeugen je Auktionstag erreicht⁴⁾, hatte der Auktionsverkauf in Deutschland jedoch nur in den fünfziger Jahren größere Bedeutung.

Das bekannteste Auktionsunternehmen im Bundesgebiet ist die Auto-Veiling-Schneider KG in Wattenscheid, die die zu versteigernden Fahrzeuge mit einem bei der Auktion verlesenen Sachverständigengutachten ausstattet und darüber hinaus innerhalb von drei Tagen nach dem Verkauf bei wesentlichen, im Gutachten nicht erkannten Schäden eine Rückgabemöglichkeit zusichert⁵⁾. In den letzten Jahren ging das

¹⁾ Vgl. Das Autohaus: Die Zentralkartei für den Gebrauchtwagenhandel, 1963, S. 1275.

²⁾ Vgl. Das Autohaus: Die Zentralkartei für den Gebrauchtwagenhandel, a.a.O., S. 1275.

³⁾ Vgl. SEYFFERT, Rudolph: a.a.O., S. 408.

⁴⁾ Auto-Markt: Die Gebrauchtwagen-Auktion in den USA, 51. Jahrg., Würzburg 1961, S. 222-224, bes. S. 223.

⁵⁾ Lt. Auskunft der Auto-Veiling-Schneider KG, Wattenscheid.

Interesse der Pkw-Käufer an der Versteigerung jedoch merklich zurück. Die Verkaufsquote, die in den besten Zeiten der fünfziger Jahre bei 95 % der angebotenen Fahrzeuge lag, betrug schon 1961 nur noch 20 %. ¹⁾ Die Inhaber der Auto-Verling-Schneider KG, die sich daraufhin verstärkt dem Lkw-Geschäft zuwandten, führen diese Entwicklung neben der Verschiebung der Nachfrage zu hochwertigeren Fahrzeugen vor allem auf die gewachsenen Käuferansprüche im Hinblick auf Bedienung, Beratung und sonstige Kundendienste zurück.

Bessere Auktionserfolge werden demgegenüber nach wie vor bei den Versteigerungen ausgedienter Behördenwagen, wie u.a. Polizei- und Postfahrzeugen erzielt, für die sich wegen ihrer bisherigen fachmännischen Pflege und ihrer niedrigen Preise trotz hoher Kilometerleistung noch zahlreiche Interessenten finden.

Angaben über den zahlenmäßigen Anteil der Vermittlungsgeschäfte am gesamten Gebrauchtwagenhandel liegen nicht vor. Einen Anhaltspunkt für den Vermittlungsanteil am Gebrauchtwagengeschäft des gewerblichen Kraftfahrzeughandels bietet jedoch die im Jahre 1966 durchschnittlich etwa 20 %ige Vermittlungsquote innerhalb der VW-, Opel- und Fordhändlerschaft. ²⁾

3. An- und Verkauf durch den gewerblichen Kraftfahrzeughandel

Als dritter Verkaufsweg neben dem Selbstverkauf und der Inanspruchnahme der Dienste privater oder gewerblicher Vermittler bietet sich dem Gebrauchtwagenanbieter die Möglichkeit der Veräußerung an den gewerblichen Kraftfahrzeughandel.

Auf den An- und Verkauf gebrauchter Kraftfahrzeuge hat sich der 'reine' Gebrauchtwagen-Einzelhandel spezialisiert. Er kann somit gegenüber der Warenvielfalt traditioneller Altwaren- oder Trödelhändler als Spezial-Gebrauchtwarenhandel gekennzeichnet werden. Er bietet seine Fahrzeuge auf offenen Verkaufsplätzen als sogenannter Standplatzhandel oder in festen und geschlossenen Räumen als Ladenhandel an.

¹⁾ Der Spiegel: Die Zweite Hand, 15. Jahrg., Heft 22, Hamburg 1961, S.24-33, bes. S. 26.

²⁾ Lt. Auskünften der Volkswagenwerk AG, Wolfsburg, der Ford-Werke AG, Köln
Gebrauchtwagen-Geschäft, Frankfurt a. M.

KÖNIG berichtet, daß schon vor dem ersten Weltkrieg ein Drittel aller Gebrauchtwagenverkäufe über einen selbständigen Gebrauchtwagenhandel abgewickelt wurde. ¹⁾

Auch in der Folgezeit hatte er größtmäßig einen häufig unterschätzten Anteil am Gebrauchtwagenhandelsvolumen. Dies betrifft vor allem Krisenjahre und Zeiten ungenügender Neuwagenversorgung. So ließen sich auch in den durch ein unzureichendes Neuwagenangebot gekennzeichneten Jahren nach dem zweiten Weltkrieg viele Gebrauchtwagenhändler neu auf freien Plätzen und Trümmergrundstücken nieder. Ihr Marktanteil war bis in die zweite Hälfte der fünfziger Jahre beträchtlich, wenngleich darüber keine exakten Zahlenangaben vorliegen. Schätzungen von 20 % - 25 % erscheinen jedoch nicht als überhöht. Seitdem nahm die Bedeutung des 'reinen' Gebrauchtwagenhandels kontinuierlich ab. Sein Marktanteil betrug 1965 nur noch 15 % ²⁾, wobei auch darüber im Handel und in der Literatur sehr unterschiedliche Vorstellungen verbreitet sind. So nimmt der Zentralverband des Kraftfahrzeughandels z.B. in dieser Zeit nur einen Marktanteil von weniger als 10 % an ³⁾, während SCHLAGHECKEN ihn mit 25 % beträchtlich überschätzt. ⁴⁾ Auf den Bedeutungsrückgang des 'reinen' Gebrauchtwagenhandels und seine Ursachen wird bei der Untersuchung der Probleme des Gebrauchtwagenhandels noch ausführlich einzugehen sein.

Genaue Angaben über die Zahl der freien Gebrauchtwagenhändler liegen nicht vor. Einen Anhaltspunkt gewährt jedoch eine Schätzung aus dem Jahre 1961. Sie geht von ca. 10.000 vorwiegend als Einzelfirmen betriebener reiner Gebrauchtwagenhandelsunternehmen und 20.000 bis 30.000 Gelegenheitshändlern, wie Tankstellen, Garagenbetrieben, Reparaturwerkstätten und sogenannten 'Stubenhändlern', die über kein festes Verkaufslokal mit Ausstellungsräumen verfügen, aus. ⁵⁾ Es ist zu berücksichtigen, daß diese Zahlen im Zuge der jüngsten Entwicklung rückläufig sind.

¹⁾ KÖNIG, Adolf: a.a.O., S. 12.

²⁾ Repräsentativbefragung I, 1965.

³⁾ Lt. Auskunft des ZDK, Frankfurt, vgl. auch Industriekurier, vom 4.9.1965, a.a.O.

⁴⁾ SCHLAGHECKEN, A.: a.a.O., S. 154.

⁵⁾ BECKER, Wilhelm: Neue Wege im Gebrauchtwagengeschäft, Das Autohaus 1961, S. 1059 f u. S. 1075, bes. S. 1059.

Neben dem institutionellen Gebrauchtwagenhandel befassen sich auch die rund 9.500 Neuwagenhändler im Bundesgebiet und West-Berlin ¹⁾ mit dem An- und Verkauf gebrauchter Kraftfahrzeuge. Sie können dadurch gegenüber dem 'reinen' Gebrauchtwageneinzelhandel auch als 'Gemischtwagenhandel' angesprochen werden. ²⁾ Ihre betriebliche Eigenart kennzeichnet sich daneben dadurch, daß die Wartungsbedürftigkeit der vertriebenen Fahrzeuge für einen optimalen Kraftfahrzeugabsatz spezielle Kundendiensteinrichtungen voraussetzt. Die große Absatzbedeutung des Händlerservice bewirkt darüber hinaus, daß sich für die optimale Betreuung der angebotenen Neuwagen ein markengebundener Vertragshandel herausgebildet hat. Dies bedeutet zwar nicht immer, "daß ein Händler nur eine Marke oder nur ein Werk vertreten darf. Eine Ausschließlichkeitsklausel in der Art, daß die Übernahme anderer Vertretungen beschränkt wird, kommt allerdings in fast allen Vertreterverträgen vor". ³⁾ Die Markengebundenheit muß also als ein spezifisches Merkmal des Neuwagenhandels angesehen werden.

Die Tätigkeitsbereiche des Neuwagenhandels umfassen damit unter Einschluß des ebenfalls betriebenen Zubehör- und Ersatzteilgeschäftes:

1. Handel mit Neufahrzeugen eines bestimmten Markenfabrikates
2. An- und Verkauf von Gebrauchtwagen
3. Wartung und Reparatur von Kraftfahrzeugen
4. Vertrieb von Zubehör und Ersatzteilen

Dabei erfolgt der Neuwagenvertrieb an Letztverbraucher seiner rechtlich-organisatorischen Struktur nach und abgesehen von sogenannten Vorbehaltsgeschäften der einzelnen Herstellerwerke mit behördlichen und privaten Großabnehmern über:

¹⁾ Lt. Auskunft des ZDK, Frankfurt.

²⁾ Um diese Form des gemischten Gebraucht- und Neuwarenhandels empfiehlt es sich auch den in seiner Trennung von Neu-, Gebraucht- und Altwarenhandel fortschrittlichen Systematisierungsversuch der Einzelhandelsformen von BEHRENS nach dem Alter bzw. Gebrauchszustand der Waren zu ergänzen, da sie - wie noch ausführlich zu zeigen sein wird - spezifische Absatzprobleme aufwirft, die die reinen Formen des Neu-, Gebraucht- und Altwarenhandels nicht aufweisen. (Vgl. BEHRENS, Karl Christian: Versuch einer Systematisierung der Betriebsformen des Einzelhandels, a.a.O., S. 136).

³⁾ v. BRUNN, Johann, Heinrich: Die Händlerverträge der Kraftfahrzeugwirtschaft, a.a.O., S. 24.

1. Verkaufsniederlassungen der Hersteller
2. Eigenhändler
3. autorisierte Werksvertreter

Die Vertreter, die im Gegensatz zum Eigenhändler keinen Rabatt, sondern eine Provision beziehen und Neuwagen im Namen und für Rechnung des Herstellerwerkes verkaufen, werden, da sie hinsichtlich der vertriebenen Fabrikate und der Verpflichtung zur Einrichtung von Ausstellungsräumen und Reparaturwerkstätten ebenso gebunden sind wie die im eigenen Namen und für eigene Rechnung verkaufenden Eigenhändler, in der Branche üblicherweise ebenfalls als Händler bezeichnet.¹⁾ Nur insoweit, als sie den An- und Verkauf gebrauchter Kraftwagen auf eigene Rechnung und Gefahr betreiben, erfüllen sie tatsächlich die Eigenhändlerfunktion. Diese Sonderregelung muß für die spätere Analyse der Gebrauchtwagenprobleme des Neuwagenhandels im Auge behalten werden.

Auf dem Nutzfahrzeugmarkt dominiert mit Ausnahme zweier über Eigenhändler vertreibenden Hersteller der Verkauf über Niederlassungen und Werksvertretungen. Demgegenüber arbeitet auf dem Pkw-Markt nur die Daimler-Benz AG vorwiegend mit Niederlassungen und Handelsvertretern. Die übrigen Firmen wenden das Niederlassungssystem nur teilweise neben dem Vertrieb über Eigenhändler an.²⁾ Dieses Nebeneinander von direktem und indirektem Absatz innerhalb ein und derselben Absatzorganisation ist ungewöhnlich, denn in der Regel lehnt der Handel den Vertrieb von Waren, die der Hersteller auch unmittelbar an Konsumenten verkauft, ab. Daß es trotzdem zu diesem eigenartigen Wettbewerbsverhältnis zwischen Herstellern und Händlern bzw. Herstellern und Vertretern kam, hat vor allem historische Gründe, wie insbesondere die finanzielle Schwäche des Kraftfahrzeughandels nach dem ersten Weltkrieg, ausreichende Kundendiensteinrichtungen für die Betreuung der verkauften Neufahrzeuge bereitzustellen.³⁾

Die Vorteile des Gebrauchtwagenverkaufes an den gewerblichen Kraftfahrzeughandel bestehen für den privaten Gebrauchtwagenan-

¹⁾ v. BRUNN, Johann Heinrich: a.a.O., S. 18.

²⁾ Vgl. HAGENAUER, Ludwig: a.a.O., S. 20 f.

³⁾ HASSINGER, Johanna: a.a.O., S. 13 ff.

bieter gegenüber der Vermittlungshilfe, bei der er weiterhin das Verkaufsrisiko trägt, vor allem darin, daß er jeder Sorge um das weitere Schicksal seines Gebrauchtwagens enthoben wird. Darüber hinaus tritt er gegenüber dem Selbstverkauf einer deutlich verringerten Zahl potentieller Käufer entgegen. Dies kann die Veräußerung erleichtern und beschleunigen. Oft läßt auch die Notwendigkeit einer Überholung, Durchsicht oder Reparatur, ohne die viele Gebrauchtwagen nur schwer einen Wiederkäufer fänden, die Einschaltung eines Händlers ratsam erscheinen.

Diesen Vorteilen stehen im Falle des reinen Gebrauchtwagenverkaues Nachteile gegenüber. So liegt der Ankaufspreis des Kraftfahrzeughändlers, dem aufgrund seiner Erfahrungen auch eventuelle Schäden am Fahrzeug kaum verborgen bleiben, in der Regel unter dem im direkten Verkauf an den Nachverwender erzielbaren Erlös, da der gewerbliche Handel beim späteren Wiederverkauf neben der anfallenden Umsatzsteuer seine Kosten decken und einen Gewinn erwirtschaften will. Auch kauft er schwerverkäufliche Fahrzeuge häufig gar nicht oder nur zu niedrigen Preisen an.

Für den Gebrauchtwagenanbieter ergeben sich demgegenüber günstigere Verkaufsbedingungen im Falle der Kopplung des Gebrauchtwagenverkaues mit der Ersatzbeschaffung durch Inzahlunggabe des Gebrauchtwagens beim Neukauf, denn vom Handel wird der gebrauchte Vorwagen mit Rücksicht auf den Ersatzverkauf in der Regel problemlos übernommen. Hinzu kommt, daß der Neuwagenhandel - wie noch näher zu zeigen sein wird - bei der Gebrauchtwagenanrechnung mit Rücksicht auf den Verdienst am Neuwagen häufig entgegenkommend ist. Die Inzahlunggabe im Zuge der Ersatzbeschaffung erscheint deshalb vielen Gebrauchtwagenanbietern unter den erwähnten Verkaufsmöglichkeiten als die günstigste Lösung ihrer Absatzprobleme.

Einschließlich der vermittelten Geschäfte erfolgten 1965 38 % (1964 39 %) aller Umsätze gebrauchter Personenwagen über den Neuwagenhandel.¹⁾ Sein zuletzt leicht rückläufiger Marktanteil lag somit um 23 % höher als derjenige des 'reinen' Gebrauchtwagenhandels im gleichen Jahr. Er erreichte jedoch nicht die von

¹⁾ Repräsentativbefragung I, 1965.

SCHLAGHECKEN ¹⁾ und dem Zentralverband des Kraftfahrzeughandels ²⁾ angegebenen Werte von 50 % bzw. sogar über 60 %. Der Anteil des Neuwagenhandels am Gebrauchtwagengeschäft wird also häufig überschätzt.

Über die Verkaufswege auf dem Nutzfahrzeugmarkt liegen entsprechende Zahlenangaben nicht vor. Der Anteil der über den Neuwagenhandel umgeschlagenen Gebrauchtfahrzeuge ist jedoch wesentlich größer als auf dem Personen- und Kombinationswagenmarkt, da die privaten Verkaufsmöglichkeiten, wie geschildert, begrenzt sind und auch der 'reine' Gebrauchtwagenhandel am Nutzfahrzeuggeschäft nur geringes Interesse zeigt. Mit 60 % bis 70 % erscheint deshalb der Marktanteil des Neuwagenhandels an den Verkäufen gebrauchter Nutzfahrzeuge nicht als zu hoch angesetzt.

¹⁾ SCHLAGHECKEN, A.: a.a.O., S. 154.

²⁾ Lt. Auskunft des Zentralverbandes des Kraftfahrzeughandels, Frankfurt; vgl. auch Industriekurier vom 4.9.1965, a.a.O.

II. AUFGABEN UND PROBLEME DES 'REINEN' GEBRAUCHTWAGENHANDELS

Im folgenden bedarf der Gebrauchtwagenankauf und -verkauf durch den gewerblichen Kraftfahrzeughandel hinsichtlich seiner spezifischen Funktionen und Risiken einer ausführlichen Untersuchung. Dazu seien zunächst die Aufgaben und Probleme der 'reinen' Gebrauchtwagenhändler betrachtet, die - wie beschrieben - gebrauchte Kraftfahrzeuge beschaffen, um sie mit Gewinn weiterzuverkaufen.

A. Gebrauchtwagenbeschaffung

1. Vorbereitung und Anbahnung der Beschaffung

a) Analyse der Beschaffungssituation

Notwendige Grundlage der Gebrauchtwagenbeschaffung durch den institutionellen Gebrauchtwagenhandel, die begrifflich auch die Übernahme von Gebrauchtfahrzeugen zur Verkaufsvermittlung einschließen soll, sind Informationen über die Größe, Struktur und räumliche Verteilung des Angebotes und seiner Träger in dem ins Auge gefaßten Beschaffungsgebiet sowie die richtige Einschätzung der eigenen Marktposition gegenüber der Beschaffungskonkurrenz. Die Sammlung von Informationen über den Beschaffungsmarkt beschränkt sich im 'reinen' Gebrauchtwagenhandel jedoch häufig auf die Auswertung der persönlichen Beschaffungserfahrungen in der Vergangenheit, die man durch das Studium der Kraftfahrzeugangebote im Anzeigenteil der Tageszeitungen und die Erkundung der Beschaffungserfolge der Konkurrenten zu ergänzen sucht. Die bis in die Landkreise gegliederten Umschreibungsstatistiken des Kraftfahrt-Bundesamtes, die indirekt auch einen Einblick in die regionalen Beschaffungsmärkte gewähren, werden nur selten genutzt.

In jedem Fall sieht sich der Gebrauchtwagenhändler - im Gegensatz zu anderen Einzelhandelsbranchen - auf der Ebene der privaten Vorbesitzer zahlreichen verstreuten Einzelangeboten gegenüber, die eine rationelle und preisgünstige Beschaffung größerer Mengen von einem Anbieter nicht zulassen. Seine Beschaffungsaufgabe wird darüber hinaus durch die Konkurrenz der direkt vom Vorverwender kaufenden Gebrauchtwageninteressenten erschwert, da er Gebrauchtfahrzeuge nicht zum Selbst-

verbrauch, sondern - wie angedeutet - zur gewinnbringenden Wiederveräußerung erwirbt. Ein die Handelskosten, Umsatzsteuer und Gewinn enthaltender Mehrerlös setzt voraus, daß der Beschaffungswert unter dem im Verkauf an den Nachverwender erzielbaren Marktpreis liegt. Deshalb wird von den Gebrauchtwagenanbietern - wie dargestellt wurde - die Selbstveräußerung dem Verkauf an den 'reinen' Gebrauchtwagenhandel in der Regel vorgezogen.

Ähnlich ist die Situation durch die Provisionsforderung beim Vermittlungsangebot, für das auf Seiten des Händlers neben dem geringen Risiko des im Namen und für Rechnung des Auftraggebers erfolgenden Verkaufes finanzielle und steuerliche Gründe sprechen können. Vor allem kleinere Händler sind wegen ihrer angespannten Finanzlage, die u.a. dadurch hervorgerufen wird, daß Kraftfahrzeuge zu den teuersten im Einzelhandel vertriebenen Waren gehören, häufig nur zu einem Vermittlungsangebot bereit. Steuerlich erweist sich von Vorteil, daß im Gegensatz zum Eigenhändlergeschäft nur die vereinbarte Provision der Umsatzsteuer unterliegt.¹⁾ Insbesondere seit Einführung des hohen Mehrwertsteuersatzes ist der Anreiz groß, auf das heute gegenüber dem Eigenhändlergeschäft im Durchschnitt um etwa 9 % geringer umsatzsteuerbelastete Vermittlungsgeschäft auszuweichen.²⁾

Auch gegenüber dem Neuwagenhandel weist die Beschaffungsposition der 'reinen' Gebrauchtwagenhändler wesentliche Nachteile auf, denn der Neuwagenhändler ist im Falle der Inzahlungnahme durch seinen Neuwagenverdienst auf einen Gewinn im Gebrauchtwagengeschäft nicht angewiesen. Er kann dadurch - wie schon angedeutet wurde - günstigere Ankaufs- und Vermittlungsbedingungen gewähren als der 'reine' Gebrauchtwagenhandel. Das von diesem vorrangig betriebene reine Ankaufsgeschäft wird vom Neuwagenhandel jedoch vernachlässigt, so daß die Beschaffungsposition des 'reinen' Gebrauchtwagenhändlers gegenüber dem Neuwagenhandel insoweit Vorteile aufweist.

Für den Gebrauchtwagenhändler ist der Neuwagenhandel neben den Vorbesitzern auch als möglicher Beschaffungspartner in die Betrachtung einzubeziehen, obwohl dieser Einkaufsweg - abgesehen von der gegenüber dem Kauf

¹⁾ Vgl. § 10 Abs. 1 Satz 4 UStG 1967.

²⁾ Lt. Auskunft der Ford-Werke AG, Köln.

aus Privathand gegebenen Möglichkeit des Vorsteuerabzuges bei der Umsatzsteuer¹⁾ - durch die angedeutete entgegenkommende Anrechnungsweise beim Neuwagenkauf kaum Vorteile erwarten läßt. Wegen seiner überlasteten Gebrauchtwagenläger ist der Neuwagenhandel - wie noch näher gezeigt wird - für die Lagerräumung jedoch in zunehmendem Maße zur preisgünstigen blockweisen Abgabe von Gebrauchtwagen an den 'reinen' Gebrauchtwagenhandel bereit. ²⁾ Diese Einkaufsvorteile gelten aber vorwiegend für ältere, nur schwer absetzbare Fahrzeuge. Abgesehen von dem umsatzsteuerlichen Nachteil der beim Einkauf von privaten Anbietern fehlenden Möglichkeit des Vorsteuerabzuges, sieht der 'reine' Gebrauchtwagenhandel deshalb im direkten Ankauf vom Vorbesitzer in der Regel nach wie vor den günstigeren Beschaffungsweg.

Im Falle der Betriebsgründung wird die Analyse des Beschaffungsmarktes auch zur Bestimmung und Abgrenzung des Beschaffungsgebietes durchgeführt. ³⁾ Dabei soll die Untersuchung des regionalen Beschaffungspotentials und der gegebenen Beschaffungskonkurrenz vor allem darüber Auskunft geben, ob an einem in Aussicht genommenen Standort, für den - wie noch näher zu zeigen sein wird - wegen der erforderlichen Anbieter- und Nachfragedichte Großstädte bevorzugt werden, ausreichende Beschaffungsmöglichkeiten überhaupt gegeben sind. Darüber hinaus gilt es, im Rahmen der Beschaffungsvorbereitungen Antwort auf die Frage zu finden, bis zu welchem Umkreis von dem gewählten Standort sich die Beschaffungsbemühungen erstrecken sollen, denn durch die mit wachsender Entfernung zunehmenden Kosten für die Fahrzeugbesichtigung bzw. die Fahrzeugzuführung, die den Gebrauchtwagen als transportempfindliches Beschaffungsgut kennzeichnen ⁴⁾, ist das Einkaufsgebiet im allgemeinen begrenzt. Unter Berücksichtigung dieser Einflußfaktoren erstrecken sich die Ankaufsbemühungen des 'reinen' Gebrauchtwagenhandels nur selten über einen Radius von 30 km hinaus. Dies gilt jedoch nur insoweit, als die Beschaffungskosten nicht durch regionale Preisdifferenzen überkompensiert werden. So bewirken z.B. die Unterschiede zwischen

¹⁾ Vgl. S. 75.

²⁾ Vgl. SCHLAGHECKEN, A.: a.a.O., S. 155.

³⁾ Vgl. BEHRENS, Karl Christian: Allgemeine Standortbestimmungslehre, Der Standort der Betriebe, Bd.I, Köln/Opladen 1961, S. 49 ff.

⁴⁾ Vgl. BEHRENS, Karl Christian: a.a.O., S. 51.

dem hohen Preisniveau in West-Berlin und den niedrigeren Preisen im Bundesgebiet, daß ständig eine große Zahl preisgünstig erworbener Gebrauchtwagen aus West-deutschland nach West-Berlin 'eingeführt' wird. Im Jahre 1966 waren es z.B. 11.000 Fahrzeuge. ¹⁾

Auch im westdeutschen Raum ergeben sich noch näher darzustellende regionale Preisunterschiede, die für eine rationelle Beschaffungswirtschaft ausgenutzt werden, sofern die Einkaufspreise einschließlich der Beschaffungskosten unterhalb der am Standort des Händlers gegebenen Beschaffungspreise liegen.

b) Beschaffungsdispositionen

Die gewonnenen Erkenntnisse über den Beschaffungsmarkt bilden neben den Lager-, Finanzierungs- und Absatzmöglichkeiten die Grundlagen der Beschaffungsdispositionen des Gebrauchtwagenhändlers. Dabei ergeben sich die in die Planungsüberlegungen zusätzlich einzubeziehenden Einflüsse des Lagers sowie der Finanzierungsmöglichkeiten aus der Notwendigkeit, die Beschaffung mit den vorhandenen Lager-vorräten und -kapazitäten und den für die Beschaffungszwecke zur Verfügung stehenden Kapital abzustimmen. Es ist leicht einzusehen, daß von ihrer Beschränkung wesentliche Beschaffungerschwernisse ausgehen können. Die Absatzplanungen als primärer Orientierungsfaktor für die Beschaffung bestimmen demgegenüber Menge, Qualität und Preislage der zu beschaffenden Gebrauchtwagen sowie letztlich auch die Art und den Zeitpunkt der Beschaffungsdurchführung. ²⁾ So ist z.B. eine Ausnutzung saisonbedingter Preisschwankungen derart, daß in den Wintermonaten zu günstigen Preisen eingekauft wird, um die Fahrzeuge zu den höheren Früh-lings- und Sommerpreisen zu verkaufen, durch die schnelle zeitliche Gebrauchtwagenentwertung nur sehr begrenzt möglich.

Die unter Berücksichtigung der genannten Einflußfaktoren zu treffenden Beschaffungsdispositionen für die Zukunft werden im 'reinen' Gebrauchtwagenhandel nur selten in Form detaillierter Pläne schriftlich fixiert, da die Händler - wie in vielen anderen Handelszweigen auch - die leitend-dispositiven Grundaufgaben zugunsten viel-

¹⁾ Lt. Auskunft des Verbandes des Kraftfahrzeughandels, Berlin.

²⁾ Vgl. BUDDEBERG, Hans: a.a.O., S. 108.

fältiger ausführender Tätigkeiten vernachlässigen.¹⁾ Es gelingt zwar häufig auch so, einen ausreichenden Beschaffungserfolg sicherzustellen, da die regionalen Marktverhältnisse und die Entwicklung dieser meist kleinen Handelsbetriebe verhältnismäßig leicht zu überblicken sind. Die notwendigen Voraussetzungen für ein optimales Betriebsergebnis sind damit nur selten gegeben, denn Mängel in der Beschaffungswirtschaft können in den folgenden Phasen des betrieblichen Leistungsvollzuges durch noch so große Anstrengungen niemals voll behoben werden.²⁾

c) Anbahnung der Beschaffung

Die Tatsache, daß der Gebrauchtwagenhandel im Falle des Ankaufes von privaten Anbietern nicht einzelnen bekannten oder doch leicht zu ermittelnden 'Lieferanten', sondern einer Vielzahl verstreuter Einzelangebote gegenübertritt, macht es als Besonderheit dieses Handelszweiges für die Anbahnung der Beschaffung erforderlich, immer wieder neue Bezugsquellen aufzuspüren und anzusprechen. Dies setzt auf der Beschaffungsseite den Einsatz besonderer Werbemittel voraus, durch die sich der Gebrauchtwagenhandel wesentlich von denjenigen Einzelhandelsbetrieben unterscheidet, denen die Beschaffungsanbahnung durch die Verkaufsinitiative der vorgelagerten Stufen abgenommen wird.³⁾

Üblicherweise weist der Gebrauchtwagenhändler schon in seinem Firmenschild deutlich auf seine Ankaufsbereitschaft hin. Zusätzlich wirbt er innerhalb der Automarkt-Anzeigen der Tageszeitungen durch Kaufgesuche. Neben reinen Ankaufsanzeigen - mit nicht selten genauer Spezifizierung der gesuchten Fabrikate und Typen - enthalten auch seine Verkaufsinserate häufig Hinweise auf seine Ankaufsbereitschaft.

Auch bei der Gebrauchtwagenbeschaffung von Neuwagenhändlern, mit denen sich dauerhafte Geschäftsverbindungen anbahnen können, ergreift der 'reine' Gebrauchtwagenhandel in der Regel die Initiative. Er kennzeichnet sich dadurch als ein ein-kaufsaktiver Handelszweig.⁴⁾

¹⁾ Vgl. KLEIN-BLENKERS, Fritz: Die Ökonomisierung der Distribution, Schriften zur Handelsforschung, Nr.27, Hrsg.Seyffert,Rudolf ,Sundhoff,Edmund u.a., Köln/Opladen 1964, S. 214.

²⁾ Vgl. SEYFFERT, Rudolf: a.a.O., S. 492.

³⁾ Ebenda.

⁴⁾ Vgl.SCHÄFER,Erich: Die Aufgabe der Absatzwirtschaft,Köln/Opladen 1950, S. 91 f.

2. Angebotsanalyse

a) Fahrzeugprüfung

Sind Kontakte mit Gebrauchtwagenanbietern angebahnt, so folgt die Fahrzeugprüfung, um die günstigsten Angebote für die Beschaffung auszuwählen. Dabei ergeben sich Schwierigkeiten aus der Vielfalt des Angebotes, das nicht nur Kraftfahrzeuge aus der laufenden Produktion, sondern auch frühere Bau- und Modelljahre umfaßt. Hierüber gewährt die derzeitige Zusammensetzung des deutschen Pkw- und Kombinationskraftwagenbestandes aus über 400 unterschiedlichen Fahrzeugtypen einen zahlenmäßigen Anhaltspunkt.¹⁾ Hinzu kommt, daß selbst Kraftwagen derselben Bauserie und des gleichen Verkaufsdatums schon nach kurzer Zeit hinsichtlich ihrer Betriebsleistung und ihres Erhaltungszustandes durch unterschiedliche Pflege, Fahrertemperaturen sowie Einsatzbedingungen wesentlich voneinander abweichen können, zumal schon von den Produktionsbändern nicht völlig gleichartige Fahrzeuge rollen. So schreibt BUCK: "Im Spiel der engsten Herstellertoleranzen können sich die Tausendstelmillimeter günstig oder ungünstig zusammenfinden, mit dem Erfolg, daß zwei Fahrzeuge, die nacheinander das Fließband verlassen, doch sehr verschieden ausfallen können, - das eine schwacher Durchschnitt, das andere überdurchschnittlich gut".²⁾

Die Fahrzeugprüfung wird darüber hinaus durch die technische Kompliziertheit des Kraftfahrzeuges wesentlich erschwert, zumal eine Fahrzeugzerlegung aus Kostengründen bzw. wegen der fehlenden Einwilligung der Anbieter üblicherweise ausscheidet. Der Gebrauchtwagenhändler konzentriert sich deshalb bei der Bewertung zunächst auf eine mehr oder weniger intensive äußere Begutachtung der angebotenen Fahrzeuge und einen Motorprobelauf bzw. eine Probefahrt, um aus dem Zustand der Karosserie, der Sitzpolster, der Tiefe des Reifenprofils, der Funktionsfähigkeit der Lenkungs- und Bedienungsorgane, der Stoßdämpfer und Bremsen sowie auch aus dem Motorgeräusch und dem Fahrverhalten Anhaltspunkte über den jeweiligen Fahrzeugverschleiß zu erhalten.

¹⁾ Verband der Automobilindustrie: Tatsachen und Zahlen aus der Kraftverkehrswirtschaft 1966/67, 31. Folge, Frankfurt a.M. 1967, S. 220-231.

²⁾ BUCK, Werner: Ratschläge für Käufer gebrauchter Autos, Würzburg 1956, S. 41.

Als zusätzliches Kriterium wird zur Gebrauchswertbestimmung die bisherige Betriebsleistung herangezogen. Dieser Maßstab erweist sich jedoch nur insofern als brauchbar, als der Stand des Kilometerzählers der tatsächlichen Fahrleistung entspricht. Die Zählwerke zeigen aber nur bis 99.999 Kilometer an und springen dann auf 0 zurück, so daß ein Stand von 50.000 km auch eine tatsächliche Fahrstrecke von 150.000 km oder sogar 250.000 km angeben kann. Ebenso kommt es vor, daß Zählwerke vom Vorbesitzer zurückgedreht, vorübergehend außer Betrieb gesetzt oder sogar ausgetauscht wurden. In diesen Fällen bedarf es eines geschulten Auges, um aus besonderen Verschleißzeichen - wie etwa aus der Abnutzung der Bedienungsorgane - Täuschungsmanöver zu entlarven.

Darüber hinaus ist für die Bestimmung des Abnutzungsgrades zu berücksichtigen, daß die Kilometerleistung keine Aussage über die bisherige Art der Benutzung zuläßt und daß qualitativ geringwertige Fahrzeuge in der Regel schneller verschleßen als Kraftwagen höherer Qualität. Das gleiche gilt von hochtourigen Motoren im Vergleich zu Maschinen, die in niedrigeren Drehzahlbereichen arbeiten. Deshalb weisen z.B. Kleinwagen bei gleicher Kilometerleistung meist stärkere Verschleißzeichen auf als größere Fahrzeuge.

Ungenügend berücksichtigt die Betriebsleistung als Maßstab der Fahrzeugabnutzung auch den rein altersbedingten Verschleiß, wie er sich im Rosten der Karosserie, dem Brüchig- und Durchlässigwerden von Gummitteilen und sonstigen Alterserscheinungen offenbart. Der Gebrauchtwagenhändler zieht aus diesem Grund zusätzlich auch das Fahrzeugalter in die Gebrauchswertanalyse ein, das in Form des Bau- bzw. Zulassungsjahres aus den Fahrzeugpapieren leicht zu entnehmen ist.¹⁾ Dabei ist nach den jüngsten vorliegenden Kraftfahrzeug-Sterbetafeln aus dem Jahre 1965 bei Personen- und Kombinationskraftwagen von einer durchschnittlichen Lebenserwartung von 10,4 bzw. 8,2 Jahren auszugehen.²⁾

¹⁾ Als Baujahr wird seit einem Erlass des Bundesverkehrsministeriums aus dem Jahre 1958 in Anpassung an den Arbeitsrhythmus der Automobilindustrie der Herstellzeitraum vom 1.10. eines Jahres bis zum 30.9. des folgenden Jahres angesehen. Das Zulassungsjahr, das seit 1960 allein in den Fahrzeugpapieren erscheint, entspricht demgegenüber dem Kalenderjahr.

²⁾ RHODE, Horst: a.a.O.

Daneben unterliegt auch die Instandsetzungsbedürftigkeit und die Unfallfreiheit der angebotenen Fahrzeuge einer strengen Kontrolle, denn die Gefahr der Nichtentdeckung verborgener Schäden bei der Gebrauchtwagenbeschaffung ist wegen der technischen Kompliziertheit des Kraftfahrzeuges und der fortgeschrittenen Reparaturtechnik groß. Selbst Kraftfahrzeugsachverständige geben deshalb zu, daß wohl kaum eine andere Ware so schwer zu bewerten ist, wie ein gebrauchtes Kraftfahrzeug.

b) Beschaffungspreis

aa) Preisbestimmende Faktoren

Die technische Angebotsprüfung steht in engem Zusammenhang mit der Bestimmung und Abwägung der Beschaffungspreise um die preiswürdigsten Fahrzeuge für die Beschaffung auszuwählen.¹⁾ Dies erfordert die zusätzliche Berücksichtigung der allgemeinen Gebrauchtwagenmarktlage sowie der spezifischen Marktgängigkeit der angebotenen Gebrauchtfahrzeuge.

aaa) Allgemeine Marktlage

Die Einflüsse der allgemeinen Marktlage auf die Gebrauchtwagenpreise werden besonders deutlich in Zeiten unzureichenden Neuwagenangebotes, denn in dieser Situation - wie sie z.B. in der Bundesrepublik in der Nachkriegszeit bis weit in die fünfziger Jahre hinein typisch war - wendet sich die Kraftfahrzeugnachfrage bei steigenden Gebrauchtwagenpreisen verstärkt dem gebrauchten Wagen zu. Der Marktwert gebrauchter einjähriger Volkswagen erhöhte sich dadurch z.B. zwischen 1956 und 1958 zeitweise sogar über die Neufahrzeugpreise hinaus.²⁾ In den anschließenden Jahren schlug jedoch mit dem Abbau der Lieferfristen und der immer weiteren Ausdehnung der Neuwagenproduktion die Marktlage um. Nach Angaben von

¹⁾ Vgl. BEHRENS, Karl Christian: Beschaffung - Lagerung - Absatz, in: Die Verwaltung, Hrsg. Giese, Friedrich, Bd. 66, Braunschweig 1956, S. 14 u. REDDEWIG, Georg; DUBBERKE, Hans-Achim: Einkaufsorganisation und Einkaufsplanung, in: Die Wirtschaftswissenschaften, Hrsg. Gutenberg, Erich, Wiesbaden 1959, S. 125.

²⁾ Vgl. Der Spiegel: Die Zweite Hand, a.a.O., S. 25.

SCHWACKE sank das Preisniveau von 1961 bis 1964 um rund 20 % .¹⁾ Die Gebrauchtwagenpreise sind auch danach weiter zurückgegangen . Dabei wirkte sich zuletzt insbesondere auch die durch den jüngsten Konjunkturrückgang und Haltungskostenerhöhungen ausgelöste Nachfragezurückhaltung preisdrückend aus .

Auf dem Lkw - Markt , und hier vor allem im Schwerlastwagengeschäft , hatte in den fünfziger Jahren auch der langwierige verkehrspolitische 'Kampf um die Lastwagenmaße' einen deutlichen absatz- und preisdämpfenden Effekt . Die jüngsten Pläne für eine verstärkte Umlenkung des Güterfernverkehrs auf die Schiene hatten wegen der durch sie verursachten Unsicherheiten für die Nachfrager entsprechende Auswirkungen auf das Preisniveau .

Daneben müssen regionale und saisonale Einflüsse auf die Marktlage beachtet werden . So ergibt sich auf dem Gebrauchtwagenmarkt durch die Höhe der Transport- und Besichtigungskosten - wie schon an anderer Stelle angedeutet - kein völliger interregionaler Preisausgleich . Die Folge sind Preisdifferenzen selbst in räumlich eng benachbarten Regionalbereichen . So kann z.B. ein Preisgefälle vom Norden der Bundesrepublik zum süddeutschen Raum hin festgestellt werden . Besonders deutlich sind die Unterschiede zwischen den süddeutschen Großstädten und West-Berlin , wo heute im Gegensatz zu dem besonders niedrigen Preisniveau der Vorkriegszeit²⁾ - bedingt durch die 'Insellage' und eine starke Gebrauchtwagennachfrage- die höchsten Gebrauchtwagenpreise im westdeutschen Währungsgebiet erzielt werden . Sie führen - wie beschrieben - zu einer laufenden Gebrauchtfahrzeugeinfuhr aus dem Bundesgebiet .

Die angedeuteten saisonalen Einflüsse auf die Gebrauchtwagenmarktlage sind demgegenüber Folge des schwankenden Gebrauchtwagenabsatzes im Jahresverlauf . So führt der noch näher aufzuzeigende rückläufige Gebrauchtwagenverkauf in den Wintermonaten in der Regel zu einem Absinken der Gebrauchtwagenpreise , während in den Frühlingsmonaten mit der Belebung der Nachfrage die umgekehrte Entwicklung zu beobachten ist .

¹⁾ SCHWACKE, Hans W. : Absatzprognose und Marktverhältnisse bis 1970 auf dem PKW-Sektor, Frankfurt 1964, S. 47.

²⁾ Mitteilungen des Reichsverbandes des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes: Markt und Preis des gebrauchten Wagens, Berlin 1929, S. 714-724, bes. S. 714.

bbb) Individuelle Marktgängigkeit

Die für die Bewertungsaufgabe neben der allgemeinen Marktlage zu berücksichtigenden individuellen Marktpreisdifferenzen zwischen den angebotenen Gebrauchtwagen werden durch die unterschiedliche Begehrtheit der verschiedenen Fahrzeugfabrikate, Typen und Größenklassen sowie Alters- und Abnutzungsstadien hervorgerufen.

So setzt sich die schon auf dem Neuwagenmarkt zu beobachtende Erscheinung, daß bestimmte Fabrikate aufgrund von Form-, Leistungs-, Sicherheits-, Qualitäts- und Kundendienstvorteilen anderen vorgezogen werden, auf dem Gebrauchtwagenmarkt fort und bewirkt hier gegenüber den festen, aus preispolitischen Erwägungen häufig an die Konkurrenten angepaßten Neupreisen zum Teil klare Preisdifferenzen.

Dies deutet eine Befragung an, nach der für im Jahre 1965 veräußerte zwei Jahre alte Ford 12 M, Opel Kadett und VW 1200 - also Personenwagen der gleichen Leistungsklasse - in Prozenten der ehemaligen Neupreise unterschiedliche Entwertungsverluste ermittelt wurden.¹⁾

Den geringsten durchschnittlichen Preisverfall zeigte der VW 1200 mit 28,4 % vor dem Opel Kadett mit 30,5 % und dem Ford 12 M mit 33 %. Bei ausländischen Fabrikaten derselben Leistungsklasse sind aufgrund von Qualitäts- oder Kundendienstnachteilen im gleichen Zeitraum auch Entwertungsverluste von 35 % und 40 % keine Seltenheit.

Die aufgezeigten Begehrtheitsunterschiede beruhen neben den genannten qualitativen Einflüssen wesentlich auch auf der Modellpolitik der Herstellerwerke, denn jedes neue Modell entwertet - wie schon bei der Diskussion der Gebrauchtwagenangebotsgründe angedeutet wurde - seine jeweiligen Vorläufer. Dementsprechend tritt der Preisverfall bei Fabrikaten, die sich durch häufigen Modellwechsel auszeichnen, im allgemeinen schneller ein als bei Fahrzeugen modellpolitisch konservativer Produzenten. Die festgestellte größere Preisstabilität des VW 1200 gegenüber dem Opel Kadett und dem Ford 12 M ist z.B. außer auf den guten Ruf des Volkswagens wesentlich darauf zurückzuführen, daß er im Gegensatz zu

¹⁾ Repräsentativbefragung II, 1965.

den jeweils in dreijährigem Zyklus neu aufgelegten Konkurrenzfabrikaten seit Jahren in seiner Grundkonzeption nahezu unverändert gebaut wird.

Die angedeuteten größenklassenmäßigen Begehrtheitsunterschiede auf dem Gebrauchtwagenmarkt ergeben sich demgegenüber neben Komfort- und Leistungsunterschieden aus den unterschiedlich hohen Haltungskosten der angebotenen Automobile. So ist die Kraftfahrzeughaltung nicht nur durch hohe variable Betriebskosten für Kraftstoff, Öl und Bereifung belastet, zu denen Fahrzeugpflege- und Reparaturkosten treten, sondern es fallen auch bedeutende, vom Fahrbetrieb unabhängige fixe Kosten an, unter denen der Haftpflichtversicherung und der Kraftfahrzeugsteuer das größte Gewicht zukommt. Nahezu sämtliche dieser variablen und fixen Kostenpositionen variieren mit der Größenklasse der angebotenen Fahrzeuge in der Form, daß kleinere Kraftwagen in der Regel mit niedrigeren Haltungskosten belastet sind als große. Besonders deutlich wird dies bei der nach der PS-Zahl des Motors gestaffelten Haftpflichtversicherung, den bei den Pkw mit dem Hubraum und bei den Lkw mit dem zulässigen Gesamtgewicht zunehmenden Kraftfahrzeugsteuern und dem mit der Motorleistung steigenden Kraftstoffverbrauch. Wenn trotz der sich daraus ergebenden Haltungskostenvorteile auf dem Pkw-Markt die Nachfrage nach gebrauchten Kleinwagen - wie gezeigt - in den letzten Jahren stark rückläufig gewesen ist und ihr Zeitwert rasch sank, so lag dies außer an ihren Komfort- und Leistungsnachteilen vor allem an dem beschriebenen schnellen Verschleiß dieser Fahrzeuge, deren Betrieb häufig schon nach 20.000 bis 30.000 km durch eine zunehmende Unwirtschaftlichkeit gekennzeichnet ist. Das Interesse der Gebrauchtwagenkäufer konzentriert sich deshalb stärker auf die wirtschaftlicheren und geräumigeren Fahrzeuge der Mittelklasse. So schreibt BUCK: "Die Nachfrage auf dem Gebrauchtwagenmarkt wird stets beim Fahrzeug der 1 - 1 1/2-Literklasse am stärksten sein, weil dort die Relation zwischen Haltings- bzw. Anschaffungskosten und Fahrleistung, Platzverhältnissen usw. am günstigsten ist".¹⁾ Die Folge ist eine wesentlich größere Preisstabilität dieser Mittelklassefahrzeuge sowohl gegenüber den unangebotenen Kleinwagen als auch den durch hohe Haltungskosten belasteten größerklassigen Gebrauchtwagen.

¹⁾ BUCK, Werner: a.a.O., S. 40.

Alters- und abnutzungsbedingte Begehrtheitsunterschiede ergeben sich darüber hinaus insofern, als die Käufer zwei bis vier Jahre alte Fahrzeuge gegenüber jüngeren und älteren Gebrauchtwagen in der Regel deutlich vorziehen. Dabei erklären sich die Verkaufsnachteile der jungen und teuren Fahrzeuge aus der relativen Preisnähe zu den begehrten Neufahrzeugen, die schon im ersten Nutzungsjahr, je nach Fabrikattyp und Größenklasse, einen Preisverfall zwischen 20 % und 40 % der ehemaligen Neuanschaffungswerte bewirkt. Diese wertangleichende Erstabwertung vom fabrikneuen Wagen zum Gebrauchtwagen ist um so größer, je schwieriger der Wiederverkauf der einzelnen Fahrzeugtypen ist.¹⁾ Die niedrigen Marktwerte älterer Gebrauchtwagen, die schon nach fünf Jahren, d.h. etwa nach der Hälfte der Nutzungsdauer, bei einem Großteil der gebrauchten Pkw weniger als ein Drittel der ehemaligen Neupreise ausmachen, sind demgegenüber auf den geringen Prestigewert dieser Fahrzeuge und auf die zunehmende Unwirtschaftlichkeit der Fahrzeughaltung zurückzuführen. Sie wird durch die steigenden Kraftstoff-, Öl- und Reparaturkosten und die sich verschlechternden Ersatzteilbeschaffungsmöglichkeiten bewirkt.

bb) Ermittlung des Beschaffungspreises

aaa) Kalkulatorische Aufgabe

Die eigentliche Bestimmung der Beschaffungspreise geschieht unter Berücksichtigung der aufgezeigten Markteinflüsse im Gebrauchtwagenhandel nicht als isolierter Vorgang durch Rekonstruktion der höchst komplizierten und nur schwer nachzuvollziehenden Preisbildungsvorgänge. Sie knüpft vielmehr an das Gefüge "der bereits 'im Markt schwebenden Preise' (v. Gottl-Ottlienfeld) vorangegangener Geschäftsabschlüsse an"²⁾. Dies geschieht in der Form, daß in jedem Einzelfall unter Berücksichtigung der spezifischen Fahrzeugbesonderheiten geprüft wird, ob die im Markt vorgegebenen Preise vergleichbarer Objekte für die Bewertung übernommen, erhöht oder gesenkt werden müssen.³⁾ Sofern keine spezifischen am Einkaufswert orientierten Bewertungshilfen in Anspruch genommen werden, erfolgt dabei zur Si-

¹⁾ Vgl. KOCH, Waldemar: a.a.O., S. 312.

²⁾ HASSINGER, Johanna: a.a.O., S. 138.

³⁾ HASSINGER, Johanna: a.a.O., S. 138.

cherung einer gewinnbringenden Wiederveräußerung in der Regel zunächst die Bestimmung des möglichen Wiederverkaufspreises, von dem dann retrograd durch einen Kalkulationsabschlag für Handelskosten, eventuelle Reparaturen, Umsatzsteuer und Gewinn der höchstzulässige Einkaufswert festgelegt wird. Dafür werden im 'reinen' Gebrauchtwagenhandel zwischen 25 % und 30 % des Wiederverkaufserlöses angesetzt, wobei die Handlungskosten nach Auskünften aus Händlerkreisen im Durchschnitt zwischen 8 % und 10 % des Wiederverkaufserlöses ausmachen.

bbb) Hilfsmittel der Gebrauchtwagenbewertung

Die große Vielfalt des Gebrauchtwagenangebotes, die einen umfassenden Marktüberblick als notwendige Voraussetzung für eine marktgerechte Bewertung erschwert, hat zur Ausbildung besonderer Bewertungshilfen geführt, die dem Händler die kalkulatorische Aufgabe erleichtern, wenn nicht überhaupt abnehmen sollen. Hierzu gehören theoretische Entwertungsschemata, allgemeine Durchschnittspreisnotierungen sowie die Möglichkeit der völligen Ausgliederung der Bewertungsaufgabe an sachverständige Schätzer und Schätzorganisationen.

Allgemeine Abwertungstabellen geben durchschnittliche prozentuale, auf die jeweiligen Betriebsjahre bezogene Entwertungssätze für Kraftfahrzeuge an.¹⁾ Für die Gebrauchtwagenbewertungen bieten sie jedoch selbst im Falle ständiger Anpassung an die neuesten Marktgegebenheiten nur einen allgemeinen Anhaltspunkt, da sie weder die individuellen Abnutzungsgrade noch die unterschiedliche Begehrtheit der einzelnen Fabrikate und Typen berücksichtigen. Erst unter Hinzuziehung dieser Bewertungsmerkmale sowie der spezifischen regionalen Marktunterschiede in Form von Zu- oder Abschlägen auf die Tabellenwerte wäre aber eine annähernd marktgerechte Wertermittlung möglich.

Wesentliche Vorteile gewähren demgegenüber regelmäßig auf dem neuesten Stand gehaltene 'Gebrauchtwagen-Preislisten', die nach Herstellern, Typen, Baujahren und Durchschnittsfahrleistungen aufgegliedert, Auskünfte über die durch Marktbeobachtung ermittelten Preisverhältnisse auf dem Gebrauchtwagenmarkt geben. Sie haben im Kraftfahrzeughandel eine weite Verbreitung gefunden.

¹⁾ Vgl. KRAMER, Jacques: Automobil-Handbuch, Bd.1, Bern 1951, S. 97 f.

Die bekannteste Richtpreisliste dieser Art ist der von SCHWACKE in einer monatlichen Auflage von rund 30.000 Stück veröffentlichte "Marktbericht für Gebrauchtfahrzeuge (PKW)"¹⁾. SCHWACKE gibt daneben auch vierteljährlich Berichte für gebrauchte Motorräder und Lkw heraus. SCHWACKE-Preislisten erscheinen auch in Frankreich, Italien, der Schweiz, den Niederlanden, Belgien und Oesterreich.²⁾

90 % der veröffentlichten Pkw-Marktberichte von SCHWACKE sind reine Einkaufslisten, die restlichen 10 % enthalten zusätzlich Verkaufspreise für jeweils acht zurückliegende Bau- bzw. Zulassungsjahre für unfallfreie, betriebsbereite und verkehrssichere Fahrzeuge, deren TÜV-Prüfstempel mindestens noch ein halbes Jahr Gültigkeit hat. Sie dienen damit als spezifische Bewertungshilfe des gewerblichen Kraftfahrzeughandels. Trotz ihrer großen Verbreitung darf die SCHWACKE-Liste nicht kritiklos verwendet werden, denn auch den einzelnen Listenwerten entspricht jeweils ein bestimmter Durchschnittszustand. Bei abweichenden Fahrzeugmerkmalen und regionalen differenzierten Marktverhältnissen ist der Listenpreis durch Zu- oder Abschläge entsprechend zu korrigieren.

Wegen der großen Bedeutung, die die SCHWACKE-Liste für die Gebrauchtwagenbewertung im gewerblichen Kraftfahrzeughandel besitzt, stellt sich die Frage nach dem Grad ihrer tatsächlichen Marktentsprechung. Die veröffentlichten Richtpreise sind nach SCHWACKE "das Ergebnis sorgfältiger Marktbeobachtung (durch eine eigene Organisation im gesamten Bundesgebiet) und persönlicher Meinungsbildung des Herausgebers".³⁾ Diese SCHWACKE-Organisation außerhalb des Firmensitzes in Frankfurt a.M. besteht aus einem Reisetem und Kontaktleuten in den größeren Städten des Bundesgebietes⁴⁾, die mit einer bestimmten Zahl von Neu- und Gebrauchtwagenhändlern in der Form zusammenarbeiten sollen, daß sie aus der Kon-

¹⁾ Vgl. SCHWACKE, Hans W.: Marktberichte für Gebrauchtfahrzeuge (PKW), Frankfurt a.M. 1968.

²⁾ In den USA erfüllt diese Funktion der NADA-Official-Used Car Guide, der vom amerikanischen Händlerverband National Automobile Dealers Association (N.A.D.A.) Washington auf der Basis von etwa 400.000 Verkaufsmeldungen zusammengestellt wird und monatlich in acht verschiedenen regionalen Ausgaben mit einer Gesamtauflage von 170.000 Exemplaren erscheint. (Vgl. USA - Fachstudienreise im April, ZDK-Mitteilungen 1964, S. 115-118, bes. S.116 und N.A.D.A.: The Franchised New Car and Truck Dealer Story, Washington 1966, S. 52 ff.)

³⁾ SCHWACKE, Hans W.: Marktbericht für Gebrauchtfahrzeuge (PKW), Heft 12, Frankfurt 1964, S.1.

⁴⁾ Diese und die folgenden Angaben lt. Auskunft der SCHWACKE-Zentrale, Frankfurt.

trolle ihrer Ein- und Verkaufsergebnisse regionale Durchschnittswerte für die verschiedenen angebotenen Gebrauchtwagentypen ermitteln. Als zusätzliche Grundlage für die Verkaufsrichtpreise dienen Gebrauchtwagenverkaufsanzeigen in Tageszeitungen sowie die Preisauszeichnungen weiterer regionaler Händler. In jüngster Zeit wird in den SCHWACKE-Listen auch um direkte Verkaufserlösmeldungen der Händler an die Frankfurter Zentrale gebeten. Dort werden aus den regionalen Ergebnissen unter Hinzuziehung eines aus verschiedenen Neu- und Gebrauchtwagenhändlern zusammengesetzten Gutachterrates die endgültigen Ansätze in den Preislisten bestimmt.

Bei der Befragung von 22 seiner Händler, die nach Auskunft SCHWACKES an der Ermittlung der Preislistendaten teilhatten, mußte ein großes Herstellerwerk jedoch feststellen, daß 13 dieser Händler niemals, sechs Händler unregelmäßig und nur drei monatlich von einem SCHWACKE-Kontaktmann besucht wurden.¹⁾ Die Zusammenarbeit beschränkte sich auch in diesen Fällen hauptsächlich nur auf die Befragung, ob die SCHWACKE-Liste realistische Preise für den vergangenen Monat widerspiegelt habe. Auch weitere Nachforschungen bestätigten die statistische und methodische Unzulänglichkeit der angewandten Erhebungsmethoden. So wurden im wesentlichen nur in größeren Städten Großbetriebe des Kraftfahrzeughandels aufgesucht. Darüber hinaus ist gegen die Einbeziehung von Verkaufsanzeigen und Preisforderungen von privaten und gewerblichen Anbietern einzuwenden, daß diese nur die Wunschvorstellung der jeweiligen Anbieter ausdrücken, jedoch nichts über die endgültig vereinbarten Verkaufspreise aussagen.²⁾ Des weiteren ergeben sich Bedenken, daß die Institution des Händlerbeirates und die persönliche Meinungsbildung des Herausgebers zur subjektiven Beeinflussung der Ergebnisse führen.

Ein Vergleich der systematisch ausgewerteten Gebrauchtwagenein- und -verkaufswerte von 30 größeren Händlern mit den SCHWACKE-Listenpreisen bestätigte dem erwähnten Herstellerwerk, daß die methodischen Mängel sich in deutlichen Abweichungen von den tatsächlich erzielten Ein- und Verkaufspreisen auswirkten. So wurde festgestellt, daß die durchschnittlichen SCHWACKE-Ein- und Verkaufspreise

¹⁾ Diese und die folgenden Angaben lt. vertraulichen Auskünften eines großen deutschen Herstellerwerkes.

²⁾ Vgl. Das Autohaus: Es geht um Richtpreise für Gebrauchtwagen, 1957, S.380 f. bes. S. 381.

deutlich niedriger als die in der Verkaufsorganisation erzielten Werte lagen. Bei den Pkw-Einkaufspreisen handelte es sich sogar um eine durchschnittliche Minusdifferenz von 600.-- DM. Diese Niedrigpreistendenz der SCHWACKE-Liste, die auch durch die im Gebrauchtwagenhandel übliche Redewendung, daß man bei besonders preisgünstiger Gebrauchtwagenbeschaffung "noch unter SCHWACKE" eingekauft habe, bestätigt wird, bildet eine wesentliche Erklärung für die starke Verbreitung dieser Liste in der Händlerschaft, denn der Gebrauchtwagenhandel ist naturgemäß an niedrigen Einkaufspreisen interessiert. Von einem 'unabhängigen' Marktbericht kann also nicht gesprochen werden.

Über die Materialgrundlagen und Erhebungsmethoden der daneben von verschiedenen Fachzeitschriften veröffentlichten Richtpreislisen, in denen gegenüber dem SCHWACKE-Bericht üblicherweise Verkaufsrichtpreise angegeben werden ¹⁾, ist nur wenig bekannt. Auch sie berufen sich auf Verkaufserlösmeldungen und die Auswertung von Händlerangeboten und Zeitungsannoncen. Es ist auch kein Geheimnis, daß für die Zusammenstellung häufig die Listen der Konkurrenz ausgewertet werden. Auch sie können so den Anspruch einer statistisch und methodisch einwandfreien Berichterstattung in der Regel nicht erheben. ²⁾

Im Gegensatz zum Gebrauch von Abwertungstabellen und Richtpreislisen plädieren Schätzer und Schätzorganisationen, wie die Deutsche Automobil-Treuhand GmbH (D.A.T.), der Deutsche Kraftfahrzeug-Überwachungsverein (DEKRA) und die Union freier Schätzer für die individuelle Gebrauchtwagenbewertung durch qualifizierte Schätzer, die dem Händler die schwierige Bewertungsaufgabe abnehmen. Dabei wird argumentiert: "Wo der Wert von so vielen Unklarheiten abhängt, ist es so gut wie aussichtslos, ein Schema zu finden, das irgendwie aus einer einfachen Tabelle den Wert des einzelnen Gebrauchtfahrzeuges im gegebenen Zeitpunkt abzulesen gestattet. Es bleibt also unerläßlich, im Einzelfall und bei jedem Objekt den technischen Zustand festzustellen und nach Berücksichtigung der Markt-

¹⁾ 'Gebrauchtwagenmarkt', in: Auto-Markt, 58. Jahrg., Würzburg 1968; Kraft-hand-Preisspiegel für Gebrauchtwagen, in: Krafthand, Fachzeitschrift für alle Zweige des Kraftfahrzeughandels und -Handwerks der Garagen, Tankstellen und Landmaschinen, Bad Wörrishofen 1968; Preisspiegel für Personenwagen, in: Kraftfahrzeug-Anzeiger, 21. Jahrg., Krefeld 1968 u.a.

²⁾ Vgl. Das Autohaus: Es geht um Richtpreise für Gebrauchtwagen, a.a.O.

lage sowie anderer wertbeeinflussender Faktoren, den wirklichen Wert individuell und unbeeinflusst zu ermitteln".¹⁾ Nur die Einzelbewertung durch fachkundige Schätzer führe also zum gerechten, den individuellen Zustand und die jeweiligen Marktverhältnisse berücksichtigenden Gebrauchtwagenpreis.

Die bedeutendste Schätzorganisation mit einem Anteil von etwa 75 % am westdeutschen Schätzmarkt ist die Deutsche Automobil-Treuhand GmbH (D.A.T.), die von den Verbänden der Automobil- und Motorrad-Industrie und des Kraftfahrzeughandels im Jahre 1931 gegründet wurde und inzwischen auf ein Erfahrungsmaterial von über 4 1/2 Millionen Schätzungen zurückblicken kann.²⁾ Ihre 104 Schätzungsstellen und 270 Nebenstellen arbeiten auf der Basis von Richtpreislisen, die von der Hauptverwaltung in Stuttgart aufgrund von regionalen Marktbeobachtungsberichten ihrer Schätzer sowie einer großen Zahl regelmäßig eingehender Gebrauchtwagenverkaufsmeldungen zusammengestellt werden. Auch einzelne Herstellerwerke stellen die in ihren Händlerorganisationen ermittelten Ein- und Verkaufswerte zur Verfügung. Anhand der übersandten Richtwerte ermitteln die Schätzstellen unter Berücksichtigung der Besonderheiten der vorgefahrenen Fahrzeuge und der spezifischen regionalen Marktlage durch Zu- oder Abschläge die jeweiligen Marktzeitwerte, von denen die Händler für die Beschaffung einen Abschlag für Kosten, Umsatzsteuer und Gewinn vornehmen sollen.

Von der Materialgrundlage und der Sachkunde her bietet die Schätzorganisation der Deutschen Automobil-Treuhand GmbH (D.A.T.) eine gute Basis für die Gebrauchtwagenbewertung. Durch wiederholt geäußerte Zweifel an ihrer Objektivität, die sich, ausgehend von niedrigen Preisschätzungen, auf ihre einseitige Gesellschafterzusammensetzung aus den Verbänden der Automobilindustrie (VDA), der Fahrrad- und Motorrad-Industrie (VFM) und des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes (ZDK) bezogen, ebenso wie durch den erforderlichen Zeitaufwand für die Fahrzeugvorführung und die Höhe der Schätzgebühren³⁾, hat ihre Inanspruchnahme gegenüber

¹⁾ Deutsche Automobil-Treuhand GmbH (D.A.T.): Geheimnisse um gebrauchte Wagen?, Anzeige in: Handelsblatt, 20. Jahrg., Nr. 83, Düsseldorf v. 30.4.1965 S. 19.

²⁾ Diese und die folgenden Ausführungen lt. Auskunft der Deutschen Automobil-Treuhand GmbH, Stuttgart.

³⁾ Die D.A.T.-Schätzstellen berechnen eine Schätzgebühr von 25.-- DM für Personen- und Kombinationskraftwagen bis 750 ccm Hubraum und 30.-- DM für größere Fahrzeuge. Bei Nutzfahrzeugen beträgt die Gebühr bis zu 60.-- DM.

den billigeren, schnelleren und bequemer Orientierungsmöglichkeiten an einer Preisliste im Pkw-Handel in den letzten Jahren jedoch stark nachgelassen. So wurden 1966 nur noch etwa 6 % der im Bundesgebiet und West-Berlin umgeschriebenen Personenwagen vor dem Verkauf durch die sogenannten D.A.T.-Schätzstellen abgeschätzt.¹⁾ Dabei hing auch dieser Anteil wesentlich davon ab, daß die Daimler-Benz AG ihren Niederlassungen die Inzahlungnahme zum D.A.T.-Schätzwert vorschrieb. Es bestätigt sich also die Aussage von HASSINGER, nach der die Schätzstellen als an sich "marktfremde Gebilde" vom Markt wieder abgestoßen werden, wenn sie seinen Bedürfnissen nicht mehr entsprechen.²⁾ Größere Bedeutung haben sich die Schätzstellen der Deutschen Automobil-Treuhand GmbH nach wie vor auf dem unübersichtlicheren Nutzfahrzeugmarkt bewahrt. Hier wurde 1966 noch etwa jeder zweite gebrauchte Lkw vor dem Verkauf abgeschätzt.³⁾

3. Durchführung der Beschaffung

Auch die an die Angebotsanalyse anschließende eigentliche Beschaffungsdurchführung wirft für den Gebrauchtwagenhändler Probleme auf. So werden die Vermittlungs- oder Ankaufsverhandlungen dadurch erschwert, daß es sich bei dem Großteil der Beschaffungspartner um Nichtkaufleute handelt, die die Verkaufsmöglichkeit ihrer Gebrauchtfahrzeuge vielfach überschätzen. Oft wollen sie auch ihr Verkaufstalent unter Beweis stellen, indem sie weder Zeit noch Geld scheuen, um die verschiedensten Absatzmöglichkeiten mit dem Ziel des höchsten Verkaufspreises auszuloten. Da der Händler im Interesse eines hohen Gewinns umgekehrt einen möglichst niedrigen Beschaffungspreis anstrebt, muß er prüfen, ob von diesen unterschiedlichen Vorstellungen aus eine Annäherung überhaupt möglich ist. Dies geschieht in der Regel in der Form des sogenannten 'stufenweisen Marktens' oder 'Preishandels', bei dem sich die Kontrahenten 'stufenweise' durch gegenseitige preisliche Konzessionen anzunähern suchen.⁴⁾ Es besteht bei diesem Verfahren jedoch die Gefahr sich schnell verhärtender Standpunkte. Ebenso kann sich herumsprechen, daß der Händler zum Preishandel neigt, so daß die Anbieter von vorn-

¹⁾ Lt. Auskunft der Ford-Werke AG, Köln.

²⁾ HASSINGER, Johanna: a.a.O., S. 135.

³⁾ Lt. Angaben der Ford-Werke AG, Köln.

⁴⁾ Vgl. REDDEWIG, Georg; DUBBERKE, Hans-Achim: a.a.O., S. 132 f.

herein ihre Forderung zu diesem Zweck erhöhen. Auch wegen der Möglichkeit, daß die Anbieter schon günstigere Konkurrenzangebote eingeholt haben, gehen deshalb seriöse Händler meist von einem möglichst marktgerechten Ankaufsangebot aus.

Haben sich die Parteien geeinigt, so erfolgt der Vertragsabschluß zur Rationalisierung und rechtlichen Absicherung des Beschaffungsvorgangs üblicherweise in schriftlicher Form. Man bedient sich dazu vorwiegend der von den Verbänden des Kraftfahrzeughandels entworfenen und vertriebenen Vertragsformulare für den Kraftfahrzeugankauf bzw. die Fahrzeugvermittlung.¹⁾ Dabei ist das für den Kraftfahrzeugankauf vorgesehene Vertragsformular als Verkaufsangebot des Gebrauchtwagenanbieters konzipiert, um dem Händler die Möglichkeit zu geben, nicht vertretbare Ankäufe seiner Angestellten abzulehnen. - Die eigentliche Abwicklung des Ankaufes erfolgt in der Regel Zug um Zug, Ware gegen Geld, während das Vermittlungsgeschäft - wie an anderer Stelle gezeigt wird - erst nach der Erfüllung des Vermittlungsauftrages abgerechnet wird.

B. Gebrauchtwagenlagerung und -reparatur

1. Aufgaben der Lagerwirtschaft

Im Gebrauchtwagenhandel scheidet die Möglichkeit der Einzelbeschaffung im Bedarfsfall, wie sie bei Neufahrzeugen anhand von Prospekten oder Vorführwagen üblich ist, aus, "denn der gebrauchte Wagen ist nicht mehr wie der neue ein vertretbares Gut, sondern im höchstem Maße individuell".²⁾ Dies setzt für einen erfolgreichen Absatz die Vorrätigkeit von Gebrauchtfahrzeugen voraus und macht die Lagerhaltung unentbehrlich. Dabei erfüllt das Lager gleichzeitig Vorrats- und Sortimentsaufgaben, um der Käuferschaft zur Erleichterung der Fahrzeugauswahl eine bedarfsorientierte Zusammenstellung gebrauchter Kraftfahrzeuge zu bieten.³⁾

¹⁾ Vgl. die angefügten Vertragsformulare im Anhang.

²⁾ HASSINGER, Johanna: a.a.O., S. 29.

³⁾ Vgl. SEYFFERT, Rudolf: a.a.O., S. 494.

2. Probleme der Gebrauchtwagenlagerung

a) Raumproblem

Die Erfüllung der Lageraufgaben bereitet Schwierigkeiten. Sie ergeben sich zunächst in räumlicher Sicht. So erfordert die Gebrauchtwagenlagerung wegen der Notwendigkeit einer leicht zugänglichen Form der Warendarbietung Ausstellungsflächen oder Räume zu ebener Erde, wobei der Lagerraumbedarf wegen der Größe der Handelsobjekte und der erforderlichen Sortiments- und Vorratshaltung beträchtlich ist.

Die von Personenwagen beanspruchte Fläche schwankt je nach Fahrzeugtyp zwischen etwa 4 qm bei Kleinwagen und 10 bis 12 qm bei großen amerikanischen Fahrzeugen. Beim Nutzkraftwagen geht der Flächenbedarf noch wesentlich darüber hinaus. Zusätzlich sind auch Mindestabstände zwischen den ausgestellten Fahrzeugen zur Besichtigung erforderlich, da der Gebrauchtwagenhandel üblicherweise auf eine Trennung von Verkaufs- und Reservelager verzichtet, ganz abgesehen davon, daß der Handel zur jederzeitigen leichten Fahrzeugvorführung auch über Rangier- und Ausfahrtmöglichkeiten in Form von Lagerstraßen verfügen muß. Einschließlich Verkaufsraum und Reparaturrecke sind z.B. für Mittelklassefahrzeuge mindestens 15 qm Fläche zu veranschlagen, so daß sich schon bei 25 Gebrauchtwagen ein Mindestflächenbedarf von rund 375 qm ergibt.

Entsprechend große Grundstücke oder Lagerräume in den benötigten günstigen Verkehrslagen sind teuer, so daß sie der Händler in der Regel nicht kaufen, sondern nur mieten oder pachten kann.¹⁾ Auch hierbei ergaben sich in den letzten Jahren wachsende Erschwernisse. So haben sich die Beschaffungsmöglichkeiten für Lagerplätze, die in der ersten Nachkriegszeit durch zahlreiche Ruinengrundstücke überall ausreichend verfügbar waren, so daß ihnen nach BEHRENS "betriebsubiquitärer" Charakter zukam,²⁾ mit der fortschreitenden Schließung der Gebäudelücken durch Neubauten zunehmend verschlechtert. Diese Entwicklung ist zur Existenzfrage für

¹⁾ Vgl. BUDDEBERG, Hans: a.a.O., S. 92.

²⁾ Vgl. BEHRENS, Karl Christian: Allgemeine Standortbestimmungslehre, a.a.O., S. 52;
derselbe: Der Standort der Handelsbetriebe, Der Standort der Betriebe, Bd. 2, Köln/Opladen 1965, S. 52.

viele Gebrauchtwagenhändler geworden und hat wesentlich zu dem beobachteten Rückgang der Marktbedeutung des 'reinen' Gebrauchtwagenhandels beigetragen.

b) Optimale Lagerhaltung

Der Begriff der Lagerwirtschaft fordert den ökonomisch optimalen Vollzug der Lageraufgaben. Dabei ergibt sich diese Forderung jeweils im Hinblick auf die spezifischen regionalen und zeitlichen Marktgegebenheiten, an die sich der einzelne Händler mit dem Ziel bestmöglicher Marktentsprechung anzupassen hat. Dies wird insbesondere hinsichtlich der Sortimentsgestaltung deutlich, von der SUNDHOFF ausdrücklich verlangt, "das für jeden Betrieb an anderer Stelle liegende Optimalsortiment zu verwirklichen" ¹⁾. Hierbei sind Über- oder Untersortimente zu vermeiden, denn Übersortimente verschlechtern die Wirtschaftlichkeit und erhöhen das Absatzrisiko, ... während Untersortimente die Betriebsentwicklung hemmen und zu bedeutenden Umsatzverminderungen führen ²⁾.

Dafür sind im Gebrauchtwagenhandel laufende Sortiments- und Vorratskontrollen auf der Basis sorgfältig geführter Lagerkarteien erforderlich. Eine erfolgreiche Sortimentspolitik hängt dabei auch davon ab, daß der Unternehmer Kenntnis davon erhält, welche Gebrauchtwagen von Kunden vergeblich nachgefragt werden, sei es, weil diese bisher noch nicht im Sortiment geführt wurden (sog. Nichtverkäufe), oder weil sie nur im Nachfragezeitpunkt am Lager nicht vorrätig waren (sog. Fehlverkäufe) ³⁾. Verspricht die Aufnahme eines neuen Gebrauchtwagentyps aufgrund einer genügend großen Zahl von 'Nichtverkäufen' einen über die Aufnahmekosten in das Sortiment hinausgehenden Ertragszuwachs, so empfiehlt sich seine Einführung in das Sortiment. Die Feststellung der 'Fehlverkäufe' unterstützt demgegenüber die Lagerbestandskontrollen, denn für eine optimale

¹⁾ SUNDHOFF, Edmund: Absatzorganisation, in: Die Wirtschaftswissenschaften, Hrsg. Gutenberg, Erich, Wiesbaden 1958, S. 21.

²⁾ KALUSSIS, Demetre: Betriebslehre des Einzelhandels, Köln/Opladen 1960, S. 91.

³⁾ Vgl. BÜRGI, Eugen: Das Waren-Sortiment im Detailhandel mit besonderer Berücksichtigung des Lebensmittel-detailhandel, in: Unternehmung und Betrieb, Bd. 15, Bern 1949, S. 106 ff.

Lagerpolitik müssen die in das Sortiment gewählten Gebrauchtwagentypen auch jederzeit vorrätig sein.¹⁾

Da das Lager- und Marktgeschehen im Gebrauchtwagenhandel für leicht überschaubar gehalten wird, werden die geforderten Lagerkontrollen jedoch häufig vernachlässigt. Verbreitet fehlt es hierfür an ordnungsmäßig geführten Lagerkarteien.

Erschwert wird die optimale Lagerhaltung auch durch die in der Regel angespannte finanzielle Situation des Gebrauchtwagenhändlers, denn er ist hinsichtlich seines Finanzbedarfs vorwiegend auf Eigenkapital angewiesen. Dadurch wird die Notwendigkeit einer rationellen Vorrats- und Sortimentspolitik für den Gebrauchtwagenhändler nur noch verstärkt. Besondere Beachtung verdient dabei die Umschlagshäufigkeit des Lagers, d.h. der Zahl, die angibt, wie oft sich der durchschnittliche Lagerbestand im Jahr umsetzt, denn ein hoher Lagerumschlag führt zu einem beschleunigten, höheren Periodengewinn bringenden Kreislauf des Kapitals. Der im Verhältnis zum Umsatz verringerte Kapital- und Raumbedarf, die Einsparung an Zins- und Lagerkosten sowie die schnelleren Anpassungsmöglichkeiten an veränderte Marktlagen sind weitere seiner Vorteile.²⁾ Auch läßt sich ein nachweislich 'frisch'hereingenommener Gebrauchtwagen leichter verkaufen als ein Fahrzeug, das schon längere Zeit vergeblich angeboten wurde. Der Gebrauchtwagenhändler muß deshalb die Maßnahmen zur Beschleunigung der Umschlaggeschwindigkeit in den Mittelpunkt der Rationalisierungsbemühungen im Lagerbereich stellen.

Neben dem Abbau unwirtschaftlicher Vorratshaltung bietet die Sortimentsbeschränkung ein wirksames Instrument zur Erhöhung des Lagerumschlags. Dazu müssen die Fahrzeuge des Randsortiments und jene, deren Verkäuflichkeit aus modischen Gründen zurückgegangen ist, aus dem Fahrzeugangebot herausgenommen werden, denn diese sind jene Fahrzeuggruppen, die sich durch niedrige Umschlagziffern auszeichnen³⁾. So weisen z.B. Gebrauchtfahrzeuge ausländischer Her-

¹⁾ RUBERG, Carl: Der Einzelhandelsbetrieb, in: Betriebswirtschaftliche Bibliothek, Hrsg. Hasenack, Wilhelm, Essen 1951, S. 78.

²⁾ Vgl. SCHÄR, Johann Friedrich: Allgemeine Handelsbetriebslehre, in: Handels-Hochschul-Bibliothek, Hrsg. Apt. Max, Bd. 11, 4. Aufl., Leipzig 1921, S. 142 ff;
SEYFFERT, Rudolf: a.a.O., S. 495 f u.a.

³⁾ KALUSSIS, Demetre: a.a.O., S. 121.

kunft wegen ihrer geringeren Begehrtheit vielfach wesentlich längere Lagerzeiten auf als vergleichbare deutsche Fabrikate ¹⁾). Aber auch zwischen den deutschen Gebrauchtwagentypen sowie den verschiedenen Alters- und Größenklassen ergeben sich zum Teil deutliche Unterschiede in der Lagerdauer. Der Großteil der freien Gebrauchtwagenhändler konzentriert sich deshalb sortimentspolitisch auf die begehrten Mittelklassefahrzeuge und betreibt auch hier den Handel bevorzugt mit den sogenannten 'gängigen' Gebrauchtwagentypen und -jahrgängen. Ihren deutlichsten Ausdruck hat diese Politik der Sortimentsbeschränkung in der Spezialisierung auf den alleinigen Vertrieb gebrauchter Volkswagen gefunden, eine Entwicklung, die in den USA ihr Vorbild hat, in denen sich schon vor Jahrzehnten für gängige Fabrikate und Typen derartige Gebrauchtwagenspezialisten herausgebildet haben. Sie ermöglicht bei gut geführten Gebrauchtwagenhandelsbetrieben einen Lagerumschlag von zwölf und mehr pro Jahr. Bisher weist die Mehrzahl der Gebrauchtwagenhandelsbetriebe jedoch noch wesentlich niedrigere Umschlagsziffern auf.

Nicht übersehen werden darf bei der beschriebenen Politik der Sortimentsbeschränkung die Gefahr unwirtschaftlicher Untersortimente, die - wie schon an anderer Stelle angedeutet wurde - wegen zu geringer qualitativer und quantitativer Marktent sprechung nur eine ungenügende Zahl von Käufern anziehen. Die Probleme der häufig beschränkten Kapitalausstattung des 'reinen' Gebrauchtwagenhandels werden auch in dieser Hinsicht deutlich, denn für eine erfolgreiche Sortimentspolitik ist, wie auch SANDIG feststellt, "ein auf den besonderen Fall zugeschnittenes Mindestkapital erforderlich" ²⁾. Der Sortimentsbeschränkung zur Lagerumschlagserhöhung sind also Schranken gesetzt, die unter Berücksichtigung der regionalen Marktgegebenheiten und der jeweiligen speziellen sortimentspolitischen Zielsetzungen als Mindestsortiment bezeichnet werden können.

Erwähnung bedürfen für eine Ökonomisierung der Lagerhaltung auch die Anpassungsnotwendigkeiten an sich im Zeitlauf ändernde Absatzgegebenheiten, denn in einem erfolgreich geführten Gebrauchtwagenhandelsbetrieb sind weder die Vorratshaltung noch der Sortimentsumfang konstante Größen. So waren die Gebrauchtwagenlager

¹⁾ Vgl. SCHLAGHECKEN, A.: a.a.O., S. 156.

²⁾ SANDIG, Kurt: Betriebswirtschaftspolitik, 2. Aufl. von: Die Führung des Betriebes. Betriebswirtschaftspolitik, Stuttgart 1966, S. 213.

in den ersten Nachkriegsjahren wegen des ungenügenden Angebotes wesentlich kleiner als heute, eine Entwicklung, die auch auf den stark gewachsenen Motorisierungszug sowie die zunehmende Differenzierung der Kundenwünsche zurückgeführt werden kann. Ebenso machen auch konjunkturelle und saisonale Absatzschwankungen eine Anpassung notwendig, indem in lebhaften bzw. ruhigen Absatzphasen die Bestände je nach Bedarf erhöht bzw. reduziert werden. Das gleiche gilt für monatliche und wöchentliche Nachfrageschwankungen, um die jeweilige optimale Leistungsbereitschaft sicherzustellen, wenngleich sich kurzfristig nur beschränkte Anpassungsmöglichkeiten ergeben. Darüber hinaus erfordert der laufende Modellwechsel der Hersteller für ein ständig aktuelles und werbewirksames Gebrauchtwagenangebot eine kontinuierliche Sortimentsdifferenzierung.

c) Risiken der Lagerhaltung

Neben den dargestellten Problemen werden im Lagerbereich weitere spezielle Risiken deutlich. Sie betreffen zunächst die Gefahren der Fahrzeugalterung unter den Witterungseinflüssen. Zum Alterungsrisiko, das durch eine Verkürzung der Lagerdauer und eine sorgfältige Fahrzeugpflege verringert werden kann, kommen die Gefahren der Beschädigung sowie das hohe Feuer- und Diebstahlrisiko, zu deren Abwehr bzw. Beschränkung es sich neben einer sorgfältigen Überwachung von Personal und Wagenlager empfiehlt, soweit wie möglich Schadensversicherungen abzuschließen.

Zu diesen allgemeinen Gefahren treten die Risiken des Marktes. Hierzu gehört, daß die in das Sortiment aufgenommenen Gebrauchtwagentypen oft nur unter großen Erschwernissen zu beschaffen sind, wodurch die Zusammenstellung bzw. die Erhaltung der gewählten Sortimente sehr erschwert wird. Negative Einflüsse gehen auch von der Modellpolitik der Neufahrzeughersteller aus, denn jedes neue Kraftfahrzeugmodell entwertet - wie beschrieben wurde - seine Vorgänger. Nur wenn der Termin eines Modellwechsels bekannt ist, kann sich der freie Gebrauchtwagenhändler rechtzeitig auf diese Entwicklung einstellen. In der Regel halten die Automobilhersteller die Auflage neuer Modelle jedoch bis zu ihrer offiziellen Vorstellung streng geheim, um den Absatz der auslaufenden Serie nicht zu gefährden, so daß der Gebrauchtwagenhändler häufig hohe Entwertungsverluste tragen muß. Nur durch eine zurückhaltende Beschaffungspolitik vor den Spätsommer- und Herbstmo-

naten, in denen die neuen Modelle üblicherweise vorgestellt werden, kann sich der Handel an diese Entwicklung anpassen. Es wird deutlich, welche große Bedeutung einem schnellen Lagerumschlag auch hinsichtlich dieser Risiken zukommt. Er hält den Lagerbestand jung und die Entwertungsverluste niedrig und erlaubt eine schnelle Anpassung an die sich wandelnden Marktgegebenheiten.

3. Reparaturen an gebrauchten Kraftfahrzeugen

Reparaturbedürftige Kraftfahrzeuge werden - wie angedeutet wurde - häufig über Gebrauchtwagenhändler umgesetzt, da für diese die Überholungsbedürftigkeit nur ein geringes Ankaufsrisiko darstellt, sofern sie über Reparaturmöglichkeiten verfügen und die angebotenen Fahrzeuge nach Wiederherstellung noch eine gewinnbringende Wiederveräußerung versprechen.¹⁾

Für die Wiederinstandsetzung, die wegen der Höhe der Lagerkosten und der schnellen Gebrauchtwagenentwertung zum baldmöglichsten Termin erfolgen sollte, können sich jedoch Ersatzteilprobleme ergeben. So sind für ältere Fahrzeuge, die seit Jahren nicht mehr produziert werden, Neuteile vielfach nicht mehr im Handel, ganz abgesehen davon, daß die Bestückung eines älteren Gebrauchtwagens mit fabrikneuen Ersatzteilen als unwirtschaftlich angesehen werden muß. Zahlreiche Händler verwenden deshalb für ihre Gebrauchtwagenreparaturen mit gutem Erfolg Gebrauchtteile, die von findigen Ausschachtungs- und Verschrottungsunternehmen aus Unfallfahrzeugen und zur Verschrottung gelangenden Altfahrzeugen ausgebaut und zu günstigen Preisen zum Verkauf angeboten werden.

Reparaturprobleme ergeben sich schließlich auch durch die ungenügende handwerkliche Qualifikation vieler Gebrauchtwagenhändler. So sind - wie geschildert - für die Wartung und Reparatur von Kraftfahrzeugen mit besonderen Fabrikatskenntnissen ausgestattete Fachkräfte erforderlich, wie sie die Kraftfahrzeugindustrie und der Neuwagenhandel durch Schulung heranbilden und in Marken-Spezial-Werkstätten einsetzen. Dem Gebrauchtwagenhändler fehlen jedoch in der Regel entsprechende Spezialkenntnisse, wodurch bei schwierigen Reparaturaufgaben eine gleichwertige Wiederherstellung häufig nicht möglich ist.

¹⁾ Vgl. KOCH, Waldemar: a.a.O., S. 311.

Nachteile gegenüber den durch die Hersteller autorisierten Markenwerkstätten bestehen ebenso hinsichtlich der in der Regel fehlenden Sondereinrichtung, so daß die Werkstätten des Gebrauchtwagenhandels, soweit sie diese Bezeichnung überhaupt verdienen, für schwierigere Reparaturaufgaben meist nur unzureichend ausgerüstet sind. Abgesehen davon fehlen auch vielen Gebrauchtwagenhändlern die in § 1 der Handwerksordnung vom 17. September 1953 festgelegten gesetzlichen Voraussetzungen zur Ausübung des Reparaturhandwerks, wie der Nachweis der Meisterprüfung im Kraftfahrzeughandwerk und die Eintragung in die Handwerksrolle.

Unter diesen Verhältnissen ist es besonders bedenklich, daß sich zahlreiche Gebrauchtwagenhändler auf die große Fachkenntnis und Sorgfalt erfordernde Wiederherstellung von Unfallwagen spezialisiert haben, indem sie unfallgeschädigte Fahrzeuge billig aufkaufen, um sie nach häufig nur oberflächlicher Reparatur wieder in den Verkehr zu bringen. Auch durch sonstige kriminelle Manipulationen, die über den häufig schlechten Zustand der angebotenen Fahrzeuge und Motoren hinwegtäuschen sollen, haftet dem Gebrauchtwagenhandel der Ruf moderner 'Roßtäuscher' an. So verurteilte das Oberlandesgericht Hamm z.B. einen Händler wegen Betruges, weil er einen für 300.-- DM erworbenen, fast schrottreifen Gebrauchtwagen nach umfangreichen Verschönerungsarbeiten, die aber den Gebrauchswert nicht erhöhten, für 1.850.-- DM weiterveräußert hatte. ¹⁾

Das Problem der Redlichkeit der Gebrauchtwagenhändler wird auch in den Fällen deutlich, in denen, wie immer wieder in den Zeitungen zu lesen ist, gestohlene Fahrzeuge unter Beteiligung von Gebrauchtwagenhändlern in der Farbe umgespritzt und mit gefälschten Papieren und neuen Fahrgestell- und Motornummern versehen, zum Verkauf angeboten werden. Zum Schutze der mit derartigen Praktiken ungenügend vertrauten Käuferschaft war deshalb auch dem Gebrauchtwagenhandel bis zum Jahre 1960 die Führung spezieller und von der Gewerbepolizei kontrollierter 'Trödelbücher' mit genauen Angaben über die Herkunft und den Verkauf der einzelnen Fahrzeuge vorgeschrieben.²⁾ In neuen gleichlautenden Gebrauchtwaren-

¹⁾ OLG Hamm v. 19.12.1958 - I Ss 1254/58 - BB 1959, 137.

²⁾ Anordnung über den Geschäftsbetrieb der Gebrauchtwarenhändler vom 26.7.1939, Ministerialblatt des Reichswirtschaftsministeriums, 39.Jahrg., Berlin 1939, S. 421.

verordnungen der Bundesländer sind diese Vorschriften für briefpflichtige Kraftfahrzeuge und Kraftfahrzeuganhänger jedoch aufgehoben worden ¹⁾. Es ist dem Gebrauchtwagenhandel seitdem freigestellt, ob er das Gebrauchtwagengeschäft in einem gesonderten Gebrauchtwagenbuch oder ordnungsgemäß im Rahmen seiner Buchhaltung erfaßt.

C. Gebrauchtwagenabsatz

1. Vollzug der Absatzaufgabe

a) Analyse der Absatzsituation und Absatzplanung

Der Gebrauchtwagenabsatz ist das eigentliche Kernstück des betrieblichen Leistungsprozesses, denn die Beschaffung, Lagerung und Reparatur gebrauchter Kraftfahrzeuge erfolgt letztlich mit dem Ziel des gewinnbringenden Wiederverkaufes. Voraussetzungen für den Absatzerfolg sind zunächst Informationen über den Gebrauchtwagenbedarf und seine Träger sowie über die Stärke der Marktposition gegenüber der Absatzkonkurrenz.

Über die Bedarfssituation bietet sich – wie beschrieben – wertvolles Informationsmaterial in den Umschreibungsstatistiken des Kraftfahrt-Bundesamtes, die die Gebrauchtwagenumschreibungen regional bis in die Landkreise nach Fahrzeugarten, -größenklassen und Abnehmergruppen gegliedert ausweisen. Diese Möglichkeiten werden jedoch, wie schon bei der Beschaffungsmarktanalyse festgestellt wurde, nur von wenigen Gebrauchtwagenhändlern genutzt, so daß sich die Erkundung der Nachfrageverhältnisse im Gebrauchtwagenhandel in der Regel auf die Auswertung der eigenen Absatzerfahrungen und der Verkaufserfolge der unmittelbaren Konkurrenten beschränkt. Eine ausreichende Grundlage für die planvolle Erschließung und Ausschöpfung eines gegebenen Absatzpotentials wird damit in der Regel nicht gewonnen.

¹⁾ Vgl. Verordnung über die Buchführungs- und Auskunftspflicht im Handel mit gebrauchten Waren und mit Edelmetallen (Gebrauchtwarenverordnung), Gesetz- u. Verordnungsblatt für Berlin 1959, S. 1245.

Die Analyse der Absatzverhältnisse enthüllt in jedem Falle eine völlig zersplitterte Nachfrage, denn der Bedarf, auf den der Händler bei seinen Absatzbemühungen trifft, ist vorwiegend Einzelbedarf. Seine Tätigkeit, die schon auf der Beschaffungsseite durch den überwiegenden Einkauf von Einzelanbietern gekennzeichnet ist, stellt sich, wie die folgende Graphik zeigt, dadurch quantitativ als eine im Einzelhandel ungewöhnliche Kombination von Sammeln auf der Beschaffungsseite und Verteilen auf der Absatzseite dar.¹⁾

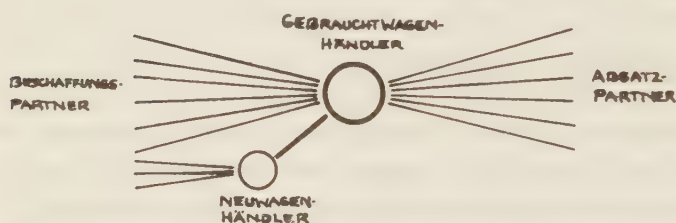


ABBILDUNG 6 SAMMEL- UND VERTEILUNGSFUNKTION DER GEBRAUCHTWAGENHÄNDLER

Neben dieser strukturellen Eigenart ergeben sich im Gebrauchtwagenhandel starke zeitliche Bedarfsschwankungen. So zeigt die folgende Graphik, in der die prozentualen Anteile der monatlichen Pkw-Umschreibungen an den Jahresumschreibungen von Personenwagen 1966, 1967 und 1968 ausgewiesen sind, deutliche saisonale Einflüsse. So steht im Jahresverlauf einem witterungsbedingten Absatzrückgang in den Wintermonaten regelmäßig eine schnelle Wiederausdehnung der Gebrauchtwagensumsätze zu Beginn der 'autofahrerfreundlicheren' Jahreszeit im Frühjahr gegenüber, in der die von den Vormonaten aufgeschobenen Anschaffungen verwirklicht werden. Der Tiefpunkt der Umschreibungsentwicklung im Dezember und Januar und der jeweilige Jahreshöchststand im März bzw. April liegen dadurch im Zeitablauf dicht beieinander. Die sich danach normalisierende und schließlich erneut zum Winter absinkende Nachfrage wird in der Regel noch einmal durch einen geringen Anstieg zu Beginn der Hauptreisezeit im Juli unterbrochen, zu der zahlreiche Gebrauchtfahrzeuge angeschafft werden. Ebenso ist eine weitere kleinere Nachfrageerhöhung im Herbst vor dem endgültigen Rückgang zum Winter zu beo-

¹⁾ Vgl. BUDDEBERG, Hans: a.a.O., S. 30 f.

bachten, sobald mit der Vorstellung der neuen Kraftfahrzeugmodelle, die verbreitet im September, dem Monat der Frankfurter Automobilausstellung, erfolgt, die in den Vormonaten bestehenden Marktunsicherheiten für die Gebrauchtwagenkäufer abgebaut sind.

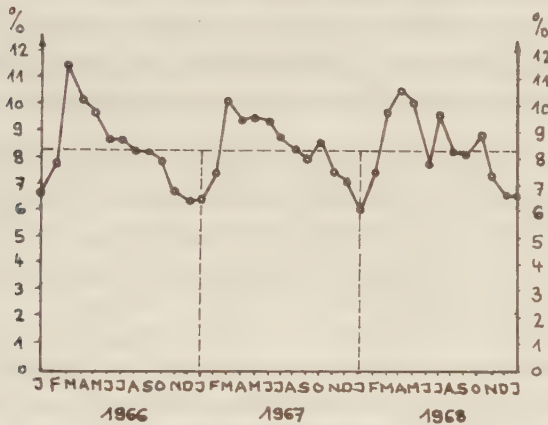


ABBILDUNG 7
ANTEILE DER MONATE AN DEN JAHRESUMSCHREIBUNGEN
VON PERSONENWAGEN 1966, 1967, 1968 [%]¹⁾

Auch im Kombinationskraftwagen- und Nutzfahrzeuggeschäft sind die saisonalen Einflüsse deutlich ausgeprägt, zumal hier die Geschäftsverläufe wichtiger Käufergruppen, wie des Baugewerbes oder der Landwirtschaft, stark witterungsabhängig sind.

Wie bei der Darstellung der zahlenmäßigen Entwicklung des Gebrauchtwagenabsatzes gezeigt wurde, muß der Händler daneben mit konjunkturellen Absatzschwankungen rechnen, da der Kauf eines Kraftfahrzeuges als ein nicht lebensnotwendiges Gut wesentlich von den jeweiligen Einkommens- und Wirtschaftsverhältnissen beeinflusst wird. Es wurde jedoch festgestellt, daß die konjunkturellen Rückschläge im Gebrauchtwagengeschäft in aller Regel geringer ausfallen als im Neuwagenabsatz, da der Gebrauchtwagenverkauf in Rezessionszeiten dadurch gestützt wird, daß sich ein Teil der Neuwagennachfrage dem billigeren Gebrauchtfahrzeug zuwendet.

¹⁾ Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt: Statistische Mitteilungen, 14. Jahrg., Heft 2, 1968, Beilage U.68-2, ergänzt durch Statistische Mitteilungen, 14. Jahrg., Heft 3-12 u. 15. Jahrg., Heft 1, 1969.

Ebenso treten auch beträchtliche Wochen- und Tagesschwankungen des Gebrauchtwagenabsatzes auf. So führen die Gehalts- und Lohnzahlungstermine regelmäßig zu einer spürbaren Absatzbelebung, und im Wochenverlauf liegt der Schwerpunkt der Umsätze, durch eine verstärkte Werbung unterstützt, in der Regel am arbeitsfreien Wochenende bzw. am darauffolgenden Montag. Aber auch an normalen Wochentagen ist der Absatz keineswegs kontinuierlich. Die Umsätze konzentrieren sich hier schwerpunktmäßig auf die Nachmittags- und Abendstunden, denn die zum überwiegenden Teil erwerbstätige Käuferschaft findet erst dann genügend Zeit zum Kauf.

Es ist leicht einzusehen, daß diese Schwankungen des Absatzes eine optimale Ausnutzung der Betriebskapazität im Gebrauchtwagenhandel wesentlich erschweren ¹⁾. Dies gilt um so mehr, als sie nicht jeweils in gleicher Stärke auftreten. So ist z.B. der aufgezeigte saisonale Absatzrückgang in einem milden Winter deutlich geringer ausgeprägt als in einem kalten Winter.

Neben der Zersplitterung der Nachfrage und den aufgezeigten zeitlichen Bedarfschwankungen ergibt sich als eine weitere Absatzbesonderheit, daß von den Ersatznachfragern, deren Anteil 1965 an den Gebrauchtwagenkäufen 55 % erreichte ²⁾, in den letzten Jahren verstärkt der Wunsch nach Inzahlungsgabe des Vorwagens geäußert wird. Auf das Ausmaß sowie die Absatzbedeutung und Problematik dieses Phänomens wird noch ausführlich im Rahmen der Gebrauchtwagenprobleme des Neuwagenhandels einzugehen sein.

Schwerwiegende Probleme werden auch bei der Untersuchung der Konkurrenzsituation des 'reinen' Gebrauchtwagenhandels deutlich. So ergeben sich gegenüber den privaten Anbietern Wettbewerbsnachteile insofern, als die Käufer von der Einschaltung des gewerblichen Handels in den Verkauf Preisnachteile befürchten. Erscheinen diese Bedenken schon im Hinblick auf die Gewinnerzielungsabsicht und die Kosten des Gebrauchtwagenhändlers gerechtfertigt, so gilt dies, von dem Verkauf an zum Vorsteuerabzug berechnigte gewerbliche Käufer abgesehen, insbesondere für die Umsatzsteuerbelastung des gewerblichen Gebrauchtwagengeschäftes.

1) Vgl. KALUSSIS, Demetre: a.a.O., S. 137 f.

2) Repräsentativbefragung I, 1965.

Schon die bis Ende 1967 geltende alte Umsatzsteuer belastete bei einem Erhebungssatz von 4 % bzw. 1 % die Händlerpreise nach KULICH im Durchschnitt zwischen 3,3 % und 3,4 %, während die direkt an Nachverwender veräußernden privaten Gebrauchtwagenanbieter wegen der fehlenden Nachhaltigkeit ihrer Verkaufstätigkeit steuerfrei blieben¹⁾. Beim Verkauf von aus Privathand erworbenen Gebrauchtfahrzeugen über den gewerblichen Kraftfahrzeughandel hat sich diese Mehrbelastung im Zuge der jüngsten Umsatzsteuerreform auf 9,91 % des Verkaufspreises (einschließlich 11 % Mehrwertsteuer), d.h. um mehr als 6 % existenzgefährdend erhöht. So unterliegt beim Händler infolge der nicht gegebenen Möglichkeit zum Vorsteuerabzug beim Ankauf von den umsatzsteuerfreien privaten Anbietern nicht nur der eigentliche Mehrwert, sondern entgegen der grundlegenden Konzeption des Mehrwertsteuergesetzes der gesamte Verkaufspreis der Mehrwertsteuer. Sie verteuert also den Verkauf der aus privatem Vorbesitz erworbenen Gebrauchtwagen über den gewerblichen Kraftfahrzeughandel wesentlich und verschärft damit die bestehende Wettbewerbsverzerrung.

Nur beim Gebrauchtwagenankauf von umsatzsteuerpflichtigen Verkäufern, wie insbesondere dem Neuwagenhandel, besteht die Möglichkeit des Vorsteuerabzuges für den Gebrauchtwagenhändler, ohne daß dieser Einkaufsweg, wie dargestellt wurde, einen vollwertigen Ersatz für das private Ankaufsgeschäft bietet. Abgesehen davon ist auch in diesem Fall der Endverkaufspreis mit 9,91 % Mehrwertsteuer gegenüber dem privaten Handel mehr belastet. Wie schon an anderer Stelle angedeutet, suchen deshalb zahlreiche Gebrauchtwagenhändler, verstärkt auf das steuerbegünstigte Vermittlungsgeschäft auszuweichen, bei dem nach § 10 Abs. 1 Satz 4 UStG 1967 nur die Vermittlungsprovision der Umsatzsteuer unterliegt.

Diese ungünstigen Wirkungen der Mehrwertsteuer für die Händlerbetriebe zeigen, daß die umsatzsteuerlichen Besonderheiten des gewerblichen An- und Verkaufs von gebrauchten Waren bei der Einführung des auf den Warenweg neuer Produktionswaren vom Produzenten über den Handel zum Verbraucher zugeschnittenen Mehrwertsteuersystems nicht berücksichtigt worden sind. Dies wird auch daran deutlich, daß ein Kraftfahrzeug bei wiederholten Umsätzen über den gewerblichen Kraftfahr-

¹⁾ Vgl. KULICH, Rolf: Mehrwertsteuer-Kommentar für Kraftfahrzeughandel-, -handwerk, Tankstellen und Garagengewerbe, Loseblattsammlung, München (im folgenden als 'Mehrwertsteuer-Kommentar' zitiert), Kommentar zu § 2 UStG 1967, Teil 3, S. 3 f.

zeughandel entgegen einem weiteren erklärten Ziel der Umsatzsteuerreform kumulativ mit Umsatzsteuer belastet wird. So wird Umsatzsteuer erstmals schon auf den Neuwagen erhoben. Sie fällt darüber hinaus auch bei jedem späteren Verkauf über den Handel an. Die Kraftfahrzeugwirtschaft fordert deshalb eine gerechtere Umsatzbesteuerung für das gewerbliche Gebrauchtwagengeschäft, für das z.B. auch in anderen Mehrwertsteuerländern, wie Frankreich und Dänemark, Ausnahmeregelungen bestehen. Dazu wird, sofern nicht - wie etwa in Schweden - die Gebrauchtwagenumsätze überhaupt von der Umsatzsteuer ausgenommen werden ¹⁾, entweder vorgeschlagen, im Gebrauchtwagenhandel einen ermäßigten Steuersatz von 5 % im Rahmen des § 12 Abs. 2 UStG 1967 zuzulassen ²⁾ oder nur die Differenz zwischen Ein- und Verkaufspreis, d.h. den tatsächlichen Mehrwert zu besteuern ³⁾. Der zweite Vorschlag ähnelt der jetzigen Umsatzsteuerregelung für das Vermittlungsgeschäft.

Neben den angedeuteten preislichen Nachteilen weist der 'reine' Gebrauchtwagenhandel auch durch seine vielfach unseriösen Geschäftspraktiken eine sehr ungünstige Absatzposition auf. Wie die folgende Tabelle zeigt, gaben z.B. 1965 bei einer Befragung von Käufern zwei Jahre alter Opel-, Ford- und Volkswagen der Mittelklasse 50 % der Beteiligten an, daß sie beim 'reinen' Gebrauchtwagenhandel "auf keinen Fall" kaufen würden. Auf private Anbieter entfielen demgegenüber nur 9 % und auf den Neuwagenhandel nur 2 % ablehnender Stimmen, wenn man von dem großen Anteil derjenigen Käufer absieht, die sich unentschieden zeigten oder gegenüber sämtlichen Anbietern Mißtrauen äußerten. Dabei ist mit 41 % das Mißtrauen der Käufer gegenüber kleineren Gebrauchtwagenhändler besonders stark ausgeprägt. Auch gegenüber Tankstellenkäufen besteht mit 11 % eine starke Abneigung. Von großen Händlern, die mit einer Ablehnungsquote von nur 9 % den gleichen Anteil wie die privaten Verkäufer erreichen, nimmt man demgegenüber an, daß sie zur Erhaltung ihrer Absatz- und Vertrauensposition stärker auf seriöse Geschäftsmethoden angewiesen sind.

¹⁾ Vgl. Auto-Markt: Autos in Schweden teurer, 50. Jahrg., Würzburg 1960, S. 716.

²⁾ Vgl. Verband der Automobilindustrie: Jahresbericht 1966/67, Frankfurt a.M. 1967, S. 55.

³⁾ Lt. Angabe des Verband des Kraftfahrzeughandels, Berlin.

Tabelle 6 Ablehnung von Gebrauchtwagenanbietern durch Gebrauchtwagenkäufer (%) ¹⁾

Frage: Gebrauchtwagen kann man heute von verschiedenen Anbietern kaufen. ...Gibt es einen Anbieter, bei dem sie auf keinen Fall kaufen würden?	
Neuwagenhändler mit Gebrauchtwagenabteilung	2
Großer Gebrauchtwagenhändler	9
Kleiner Gebrauchtwagenhändler ('an der Ecke')	41
Tankstelle	11
Privatperson über Kleinanzeige	5
Verwandte und Bekannte	4
Kein Anbieter genannt, würde keinen ausschließen	28
Insgesamt	100

Auch die Art und Stärke der Ablehnungsgründe gegenüber 'reinen' Gebrauchtwagenhändlern und Tankstellen wurden in der oben angeführten Befragung erforscht. Dabei ergab sich bei Mehrfachantwortmöglichkeiten das folgende Ergebnis:

Tabelle 7 Gründe von Gebrauchtwagenkäufern für die Ablehnung von Gebrauchtwagenhändlern und Tankstellen (%) ²⁾

Ablehnungsgründe	große Händler	kleine Händler	Tankstellen
unreell, Betrug	38	53	16
teuer, wollen verdienen	33	15	12
Fahrzeuge nicht einwandfrei	23	27	35
kein Vertrauen	14	17	23
kein Kundendienst	5	3	9
nicht fachkundig	5	5	15
schwierig bei Reklamationen	2	5	2
allg. Gründe, sonstiges	13	11	11
Insgesamt:	133	136	123

¹⁾ Repräsentativbefragung II, 1965.

²⁾ Repräsentativbefragung II, 1965.

Im Vordergrund standen beim 'reinen' Gebrauchtwagenhandel, wie erwartet, die Vorwürfe unreellen und betrügerischen Geschäftsgebarens, denen bei kleinen Gebrauchtwagenhändlern mit 53 % gegenüber nur 38 % bei großen Händlern besonderes Gewicht zukam. Weiterhin wurden in Bestätigung der vorangehenden Ausführungen die Preishöhe und die Qualität der angebotenen Fahrzeuge als Ablehnungsgründe hervorgehoben. Das Argument nicht einwandfreier Fahrzeuge stand beim Kauf von Tankstellen sogar an erster Stelle. Ihnen wurde gegenüber dem 'reinen' Gebrauchtwagenhandel auch verstärkt mangelnde Vertrauenswürdigkeit und Fachkunde sowie das Fehlen eines Kundendienstes vorgeworfen.

Den Käufern bietet der 'reine' Gebrauchtwagenhandel im Vergleich zum Erwerb von privaten Gebrauchtwagenveräußerern jedoch auch verschiedene Einkaufsvorteile, wenngleich viele Nachfrager darin nur einen teilweisen Ausgleich zu den erörterten Einkaufsnachteilen sehen. So ist z.B. der Besuch eines Händlers, der eine Auswahl von Kraftfahrzeugen bereithält, für die Kaufinteressenten wesentlich weniger mühevoll und zeitraubend als die Besichtigung einer entsprechenden Zahl privater Gebrauchtwagenangebote. Auch für eine unverbindliche Vorinformation und Besichtigung gibt das Händlerangebot besser Gelegenheit als der häufig verpflichtend empfundene Besuch bei einem privaten Veräußerer. Weitere Punkte, die für den Gebrauchtwagenhandel sprechen können, sind eine fachkundige Beratung, der Besitz einer Kundendienstwerkstatt, eine Gewähr für Durchsicht und einwandfreien Zustand sowie die Bereitschaft zu Teilzahlungsvereinbarungen. Auf sie wird im Rahmen der Förderungsmöglichkeiten des Gebrauchtwagenverkaufes noch ausführlicher einzugehen sein.

Auch gegenüber dem Neuwagenhandel sieht sich der 'reine' Gebrauchtwagenhändler in einer ungünstigen Absatzsituation. Dies betrifft sowohl die aufgezeigten Vertrauensvorteile der Neuwagenhändler als auch deren noch näher darzustellende besondere Aktivitäten im Gebrauchtwagengeschäft. Eine latente Absatzbedrohung geht daneben von der Konkurrenz des Neuwagenangebotes aus, das besonders den Verkauf jüngerer Gebrauchtwagen hemmt. So zogen z.B. 29 % der 1965 befragten Käufer zwei Jahre alter Ford-, Opel und Volkswagen ernsthaft den Kauf eines Neuwagens in Erwägung, wobei überrascht, daß trotz des wesentlich höheren Preises in der Mehrzahl der Fälle der Neukauf desjenigen Modells zur Diskussion stand, das schließlich gebraucht gekauft wurde und nicht ein Neufahrzeug

einer kleineren Fahrzeugklasse, wie in der Regel vermutet wird ¹⁾). Deutlich zeigt auch die Zahl von rund 426.000 Ersatzkäufern, die 1965 von einem Gebrauchtwagen auf einen Neuwagen umwechselte ²⁾, die Stärke der Neuwagenpräferenz, wenngleich die Fluktuation in diesem Jahr auch in umgekehrter Richtung beträchtlich war ³⁾. Zum Ausgleich dieser Nachteile vermitteln viele Gebrauchtwagenhändler auch Neuwagenverkäufe.

Im Rahmen der Konkurrenzanalyse sind schließlich auch die Wettbewerbsbeziehungen zu anderen Gebrauchtwagenhändlern und sonstigen Anbietern im Absatzgebiet zu beachten. Auch ihre jeweiligen Stärken und Schwächen hat der Gebrauchtwagenhändler in seine Absatzplanungen einzubeziehen, in denen die gewonnenen Erkenntnisse über die Bedarfs- und Konkurrenzsituation ihren Niederschlag finden. Dabei verzichten jedoch die meisten Händler - nicht zuletzt wegen ihrer unzureichenden Markterkundung - auf detaillierte, schriftlich fixierte Pläne zugunsten flexibler Rahmenvorstellungen über die zukünftige Absatzgestaltung. Dadurch sind häufig nur ungenügende Voraussetzungen für die planmäßige Erschließung und Aus-schöpfung der regionalen Absatzmärkte gegeben.

Bei der Gründung eines Gebrauchtwagengeschäftes wird die Bedarfs- und Konkurrenz-situation auch zum Zwecke der Standortwahl untersucht. So besagt die Größe und Dichte des regionalen Gebrauchtwagenbedarfes unter Berücksichtigung der Zahl und Stärke der Konkurrenzanbieter, ob ein ins Auge gefaßtes Gebiet einen ausreichenden Gebrauchtwagenumsatz zuläßt. Wie schon an anderer Stelle angedeutet, bieten viele Standorte, und das gilt vor allem für ländliche und kleinstädtische Gegenden, diese Gewähr nicht. Die notwendige Angebots- und Nachfrage-dichte als Voraussetzung für ein erfolgreiches Gebrauchtwagengeschäft herrscht in der Regel nur in größeren Städten und in industriellen Ballungszentren ⁴⁾. Dann ist das Einzugsgebiet jedoch relativ weit. So stellt RÖTTGER fest, "daß der Absatzradius des Gebrauchtwagen-Einzelhandels um so größer ist, je mehr Einwohner eine Stadt hat, wenn man von einer Zusammenballung von Großstädten, wie sie im Ruhr-

¹⁾ Repräsentativbefragung II, 1965.

²⁾ Repräsentativbefragung I, 1965.

³⁾ 1965 wechselten 214.000 vormalige Neuwagenkäufer zum Gebrauchtwagenmarkt (Repräsentativbefragung I, 1965).

⁴⁾ Vgl. KOCH, Waldemar: a.a.O., S. 314 u. RÖTTGER, Hermann: a.a.O., S. 127.

gebiet anzutreffen ist, absieht" ¹⁾). Die Absatzbemühungen der Gebrauchtwagenhändler erstrecken sich nach RÖTTGER dabei im allgemeinen auf mindestens 30 km im Umkreis der Einzelhandelsbetriebe. Da - wie beschrieben - das Beschaffungsgebiet, abgesehen von der Ausnutzung größerer regionaler Preisunterschiede, entsprechende Grenzen aufweist, ist die Standortwahl des 'reinen' Gebrauchtwagenhandels, im Gegensatz zu der meist reinen Absatzorientierung sonstiger Einzelhandelsbranchen ²⁾, kombiniert beschaffungs- und absatzorientiert.

Das Standortproblem im Gebrauchtwagenhandel betrifft nicht nur die Frage nach der Eignung eines bestimmten Regionalmarktes für die Eröffnung eines Gebrauchtwagengeschäftes, sondern ebenso die Bestimmung des Niederlassungsortes innerhalb des gewählten Gebietes, denn auch in einem engeren Absatzraum unterscheiden sich die Kosten- und Nutzengrößen, deren optimale Relation für den Ort der Leistungserstellung den Ausschlag geben soll ³⁾. Dabei herrscht im Gebrauchtwagenhandel die Tendenz vor, sich in mittleren Verkehrslagen der Innenstadt oder an verkehrsreichen Ausfallstraßen niederzulassen, wobei es vielfach zu einer Konkurrenzanziehung mehrerer Betriebe an einem Platz oder in einer Straße kommt ⁴⁾. Diese Agglomerationstendenz ist durch die Tatsache, daß die Käufer aus Sicherheitsgründen danach streben, eine möglichst große Fahrzeugauswahl vor dem Kauf zu überprüfen, in allen größeren Städten des Bundesgebietes und in West-Berlin deutlich zu beobachten ⁵⁾. Auch kleineren Händlern bieten sich dabei im Rahmen des publikumswirksamen Großangebotes gute Verkaufschancen. Ebenso eröffnet es günstige Möglichkeiten für die sortimentsmäßige Spezialisierung.

¹⁾ Vgl. zu diesen und den folgenden Ausführungen: RÖTTGER, Hermann: a.a.O., S. 127.

²⁾ Vgl. BEHRENS, Karl Christian: Der Standort der Handelsbetriebe, a.a.O., S. 1.

³⁾ Vgl. BEHRENS, Karl Christian: Allgemeine Standortbestimmungslehre, a.a.O., S. 34.

⁴⁾ Ebenda S. 78 ff u. BEHRENS, Karl Christian: Der Standort der Handelsbetriebe, a.a.O., S. 39 ff.

⁵⁾ Vgl. RÖTTGER, Hermann: a.a.O., S. 84 ff.

b) Anbahnung des Absatzes

Für die Anbahnung des Absatzes, mit der die eigentliche Verkaufsdurchführung eingeleitet wird, macht der Gebrauchtwagenhändler mittels spezifischer Werbemaßnahmen auf sein Angebot aufmerksam. Er setzt dazu vorwiegend Zeitungswerbung ein, denn die Reichweite dieses Werbeträgers in den Kreis der Kaufinteressenten ist groß. So lasen nach einer Umfrage aus dem Jahre 1965 81 % aller Gebrauchtwagenkäufer in der Bundesrepublik regelmäßig Tageszeitungen.¹⁾

Wie die privaten Anbieter, werben auch die Gebrauchtwagenhändler überwiegend mit Kleinanzeigen, die in den Zeitungen im allgemeinen in einem speziellen, die Gebrauchtwagenkäufer ansprechenden 'Automarkt-Teil' zusammengefaßt werden, was den Nachteil, daß das einzelne Inserat sich nicht augenscheinlich von den umgebenden abhebt, weitgehend ausgleicht. Die schematisierte, preiswerte Kleinanzeige gestattet es, bei Nennung der spezifischen Fahrzeugmerkmale die Werbekosten niedrig zu halten, denn die Werbekostenbelastbarkeit der angebotenen Einzelobjekte ist naturgemäß gering.

Der Gebrauchtwagenhändler wählt auch deshalb die Kleinanzeige, weil er sein Angebot dadurch unter die große Zahl der gleichartigen Privatanzeigen mischen kann, gegenüber denen die Käufer - wie dargestellt wurde - in der Regel Präferenzen geltend machen. Dabei bleibt der Vorwurf falscher oder irreführender Werbung nicht aus. Er ist insbesondere dann berechtigt, wenn die Händleranzeigen durch Überschriften wie 'von Privat' oder 'aus Privathand' unter alleiniger Angabe einer Telefonnummer ein günstiges Privatangebot vortäuschen wollen.²⁾

Neben den dominierenden Kleinanzeigen werden im Gebrauchtwagenhandel auch größerformatige Anzeigen eingesetzt, in denen jedoch in der Regel ebenfalls in einer nüchternen, rein informativen Angebotsform ganz bestimmte Gebrauchtfahrzeuge zum Verkauf angeboten werden. Über sie schreibt das Volkswagenwerk in einer Werbeempfehlung an seine Händler: "Ein Angebot ist keine Werbung. Es sagt nur, daß Sie etwas zu verkaufen haben, was auch andere zu verkaufen haben. Es

¹⁾ Repräsentativbefragung I, 1965.

²⁾ Vgl. § 6 d der Wettbewerbsregeln für den Kraftfahrzeughandel', des Zentralverbandes des Kraftfahrzeughandels, a.a.O.

sagt aber nicht, warum man es ausgerechnet bei Ihnen kaufen sollte" ¹⁾). Der Händlerwerbung fehlen also in der Regel wirksame Apelle, "die bei den Umworbenen das Bedürfnis nach den betreffenden Sachgütern ... wecken oder die Intensität des Begehrens steigern", um das eigene Angebot von denen der Konkurrenten abzuheben. ²⁾ Daß für Gebrauchtwagen wesentlich wirksamer und anspruchsvoller geworben werden kann, beweisen die im folgenden zitierten Werbeempfehlungen für Volkswagenhändler. ³⁾

Wir kaufen gute Gebrauchtwagen, damit wir gute
Gebrauchtwagen verkaufen können.

Weil in jedem unserer Gebrauchtwagen unser guter Ruf
mitfährt, fahren unsere Gebrauchtwagen.

Jedes Automobil auf der Straße ist ein gebrauchtes
Automobil. - Warum kaufen Sie sich also Ihren neuen
Wagen nicht gleich gebraucht?

Warum nicht einen guten Gebrauchtwagen? Der einzige,
der weiß, daß er gebraucht ist, sind Sie.

Während die beiden ersten Texte auf die Gewinnung des Käufervertrauens abzielen, begegnen die folgenden Vorschläge wirksam den verbreiteten prestigemäßigen Hemmnissen vor dem Gebrauchtwagenkauf. Vielfach gelingt es allein durch Hinweise wie 'Wagen aus bester Hand', 'Ihr guter Partner beim Gebrauchtwagenkauf', 'Gute Gebrauchtwagen' oder 'Gelegenheitswagen' günstigere Werbeerfolge zu erzielen. Wirksame Werbekonstanten sind auch Hinweise auf Garantie- und Kreditgewährung.

In bezug auf die Anzeigengröße ist zu beachten, daß sich im Gebrauchtwagenhandel in Abweichung von den allgemeinen Werbegrundsätzen großformatige Inserate als unvorteilhaft erwiesen haben, da Gebrauchtwageninteressenten glauben, daß man die hohen Anzeigengebühren dem Gebrauchtwagenpreis zugeschlagen habe. ⁴⁾

¹⁾ Volkswagenwerk AG: Werbung für Gebrauchtwagen verkauft mehr als nur Gebrauchtwagen, Werbebroschüre für VW-Händler, Wolfsburg, o. J., S. 7.

²⁾ BEHRENS, Karl Christian: Absatzwerbung, in: Die Wirtschaftswissenschaften, Hrsg. Gutenberg, Erich, Wiesbaden 1963, S. 28 f.

³⁾ Volkswagenwerk AG: Werbung für Gebrauchtwagen verkauft mehr als nur Gebrauchtwagen, a.a.O., S. 18 ff.

⁴⁾ BRÜHL, J.: Gebrauchtwagen leichter verkaufen. Das Autohaus 1965, S. 207-209, bes. S. 207.

Für den Gebrauchtwagenhändler empfehlen sich deshalb vor allem kleinere und mittlere Inseratgrößen, die in Form und Layout das eigene Angebot möglichst vorteilhaft von den Konkurrenzanzeigen abheben.

Von wesentlicher Bedeutung für den Werbeerfolg ist auch die Auswahl der Werbeträger, denn ihre Reichweiten, Verbreitungsdichten und Leserstrukturen im Absatzgebiet des Händlers sind in der Regel unterschiedlich ¹⁾. So empfehlen sich für Pkw-Anzeigen primär regionale Tageszeitungen, denn der Werbeerfolg hängt davon ab, daß die angebotenen Fahrzeuge ohne große Schwierigkeiten und Zeitverluste besichtigt bzw. vorgefahren werden können. Für Nutzfahrzeuge bieten sich daneben auch Inserate in Fach- und Branchenzeitschriften an. Dabei konzentrieren sich die Anzeigen regional meist auf ganz bestimmte Zeitungen bzw. Zeitschriften, die durch ihre große Anziehungskraft auf Anbieter und Nachfrager für Gebrauchtwagen-Verkaufsanzeigen zum Teil monopolartige Marktpositionen errungen haben. Sie weisen insbesondere zum Wochenende einen umfangreichen Anzeigenteil auf, an dem die Kaufinteressenten für das Anzeigenstudium sowie die erforderlichen Besichtigungen, Probefahrten und Kaufverhandlungen mehr Zeit zur Verfügung haben als an gewöhnlichen Wochentagen.

Eine Häufung von Anzeigen ist jeweils auch zum Monatswechsel zu beobachten, da viele Gebrauchtwagenhändler den Lohn- und Gehaltszahlungstermin für den Gebrauchtwagenverkauf auszunutzen suchen. Dies wird besonders vom November zum Dezember deutlich. Hier wird im Gebrauchtwagenhandel geradezu von einer 'Anzeigenschlacht um die Weihnachtsgratifikationen' gesprochen.

Für den Handel ergibt sich ansonsten die Notwendigkeit einer regelmäßigen Annoncierung, denn erscheinen einmal keine Anzeigen, so sinkt der Umsatz stark ab. Dies verdeutlichen die Auswirkungen eines Zeitungsstreiks in einer amerikanischen Großstadt, der einen Rückgang der Gebrauchtwagenumsätze um rund 50 % verursachte ²⁾. Das Erfordernis kontinuierlicher Annoncenwerbung besteht besonders für Händler in weniger günstigen Verkehrslagen, da diese ihre Standortnachteile nur

¹⁾ Vgl. BEHRENS, Karl Christian: Absatzwerbung, a.a.O., S. 94 ff.

²⁾ National Automobile Dealers Association (N.A.D.A.): The Management Magazine of the Automotive Retailing Industrie, Vol. 38, Nr. 3, Washington 1966, S. 36.

durch intensive Werbemaßnahmen ausgleichen können ¹⁾).

Obwohl die Anzeigenwerbung im Gebrauchtwagenhandel die dominierende Werbeart darstellt, ist sie nicht die einzige angewandte Form der Gebrauchtwagenwerbung. Ebenso können – wie noch ausführlicher gezeigt wird – Plakate, Handzettel, Werbebriefe und Werbediapositive eingesetzt werden.

Wertvolle Dienste für eine gezielte Verkaufsanbahnung leisten auch aufgrund von Erkundungsmaßnahmen der eigenen Verkaufsorgane sowie mit Hilfe von Interessenvermittlern aufgebaute Interessentenkarteien, die eine gezielte persönliche Käuferansprache ermöglichen.

c) Durchführung des Gebrauchtwagenverkaufes

An die Kontaktaufnahme mit potentiellen Käufern schließt sich die Verkaufsdurchführung an. Sie wird im Falle des im Gebrauchtwagenhandels verbreiteten Feiertagsverkaufes häufig direkt an den Wohnsitz der Interessenten verlegt, um das herrschende Ladenschlußgesetz zu umgehen ²⁾). Dabei versuchen die Verkäufer in den bislang vielfach ungeplant und unzulänglich verlaufenden Verkaufsgesprächen – sofern die Kunden nicht von vornherein Interesse an bestimmten Gebrauchtwagen äußern – zunächst deren Kaufabsichten in Erfahrung zu bringen, um die gewünschten Fahrzeuge aus dem Sortiment mit gezielten Argumenten anbieten zu können. Große Absatzbedeutung haben auch die Informations- und Beratungsaufgaben des Händlers, die genaue Kenntnis über die angebotenen Fahrzeuge, ihre Vorbesitzer, die Art des früheren Gebrauchs sowie über bisherige Reparaturen und Unfälle vorzusetzen. Hinsichtlich früherer Unfälle besteht sogar eine Offenbarungspflicht des Veräußerers, deren Nichteinhaltung zur Schadensersatzansprüchen und zur Anfechtung des Kaufvertrages wegen arglistiger Täuschung führen kann ³⁾). Entsprechende Konsequenzen haben unwahre Angaben über die Zahl der Vorbesitzer, das Fahrzeug-

¹⁾ In diesem Sinne auch RÖTTGER, Hermann: a.a.O., S. 87.

²⁾ Vgl. § 3 Abs. 1 des Gesetzes über den Ladenschluß v. 14.11.1960, BGBl. I, S. 845.

³⁾ BGH vom 8.1.1959 – VIII ZR 174.57 – BB 1959 S. 249; BGH vom 29.10.1959 – VIII ZR 125.58 (KG) – NJW 1960 S. 237 u.a.

alter, die bisherige Fahrleistung sowie sonstige für die Bewertung maßgebliche Faktoren ¹⁾).

Im Zuge der eigentlichen Verkaufsverhandlungen wird dann unterschiedlich mit Festpreisen oder Verhandlungspreisen operiert, wobei letztere erst im Verlauf des Preisgesprächs endgültig fixiert werden.

Bei strikter Befolgung des Festpreissystems werden die angebotenen Fahrzeuge allen Interessenten zum gleichen Preis angeboten. Dies gibt den Abnehmern Vertrauen und Sicherheit. Darüber hinaus korrespondiert diese Preispolitik optimal mit der dem Einzelhandel verordneten Preisauszeichnungspflicht ²⁾).

Die Anwendung von Verhandlungspreisen, die auch für die Beschaffung und beim Privatverkauf üblich sind, birgt demgegenüber die Gefahr, daß sie den in der Käu- ferschaft verbreiteten Eindruck der Unseriosität des Gebrauchtwagenhandels noch verstärkt ³⁾. Gegenüber dem häufig erhobenen Einwand, daß sie auch im Wider- spruch zu den rabattrechtlichen Vorschriften und der Preisauszeichnungsverordnung stehe, stellt das Bundeskartellamt jedoch ausdrücklich fest: "Im Gebrauchtwagen- geschäft wird der Preis für jedes einzelne Fahrzeug gesondert gebildet. Der Händ- ler kann deshalb bei der Vereinbarung des Kaufpreises beliebig von dem angekün- digten Kaufpreis abweichen, ohne dadurch gegen das Rabattgesetz zu verstoßen. ... Ein Verstoß gegen die Preisauszeichnungsverordnung vom 6.4.1944 (RGBl. I, 98) ist hiermit nicht verbunden" ⁴⁾.

Nach der Einigung der Beteiligten erfolgt der Abschluß der Kaufverträge dann üb- licherweise in schriftlicher Form, um ihn zu normieren und die Verkaufsbedingun- gen verbindlich festzulegen. Auch hierzu werden bevorzugt die von den Händler- verbänden entworfenen und vertriebenen Formularverträge verwendet, die als 'Be- stellung' des Käufers konzipiert sind, um dem Händler bei Abschlüssen durch sei-

1) OLG Celle vom 5.1.1959 - 11 U. 111.58 - BB 1959 S. 249 f.

2) Verordnung über Preisauszeichnung vom 6.4.1944, RGBl. I, S. 98.

3) Vgl. Das Autohaus: Vom Gebrauchtwagengeschäft hängt viel ab, 1963, S. 1301-1303, bes. 1302.

4) Bundeskartellamt-Beschluß vom 18.3.1963 - B 5 - 712730-Y-36/62 (Kraft- fahrzeughandel) - WuW 1963, S. 643-662, bes. S. 649.
(WuW/E BKartA S. 609-628, bes. S. 615)

ne Angestellten und im Falle von Kreditvereinbarungen die Entscheidung über Annahme oder Ablehnung vorzubehalten ¹⁾).

Wesentliche Absatzbedeutung kommt auch dem üblicherweise vereinbarten Gewährleistungsausschluß zu. Er soll ebenso wie die im Vertrag enthaltene Klausel, daß mündliche Nebenabreden keine Gültigkeit besitzen, ungerechtfertigten Käuferansprüchen vorbeugen. Unseriöse Händler mißbrauchen diese Bestimmungen jedoch häufig zur Deckung eigener unlauterer Geschäftsmethoden, denn großzügige mündliche Zusicherungen, auf deren Gültigkeit die Käufer vertrauten, ohne auf ihre Aufnahme in den Vertragstext zu bestehen, stellen sich später vielfach als unwahr heraus. Der Nachweis der Arglist ist dann nachträglich nur sehr schwer zu führen ²⁾.

Für die Durchführung von Vermittlungsgeschäften ergeben sich zusätzlich steuerliche Probleme, denn für die Anerkennung als begünstigtes 'Agenturgeschäft' ³⁾, bei dem - wie beschrieben - nur die verdiente Provision der Umsatzsteuer unterliegt, sind strenge Maßstäbe gesetzt, um sogenannte Scheinvermittlungen, bei denen der Vermittler wirtschaftlich als Eigenhändler auftritt, auszuschließen ⁴⁾. So wird durch die Steuerbehörden neben einer Provisionsregelung, die dem Auftraggeber das eigentliche Verkaufsrisiko nicht abnehmen darf, ein ausdrücklicher Vermittlungsauftrag sowie eine deutliche Kennzeichnung der annoncierten und ausgestellten Vermittlungsfahrzeuge gefordert, wonach sie 'im Auftrage' ver-

¹⁾ Vgl. den Formularvertrag im Anhang.

²⁾ Vgl. BANG, R.: Wie schütze ich mich vor Übervorteilung und Schadensersatzansprüchen beim Gebrauchtwagen-An- und Verkauf sowie Miete, Leihe und Reparatur eines Kraftfahrzeuges, 'Wehr Dich', Aktuelle Rechtsschutz-fibeln - Kleine Reihe -, Hrsg. Bang, R. u. Böckmann, Walter, Bielefeld, o.J. S. 9.

³⁾ Obwohl sich im Kraftfahrzeughandel für das im Namen und für Rechnung des Auftraggebers durchgeführte Vermittlungsgeschäft der Begriff des 'Agenturgeschäftes' herausgebildet hat, handelt es sich rechtlich um ein Maklergeschäft nach § 93 HGB, § 652 BGB, da der Vermittler nicht wie der Agent ständig damit betraut ist, für den Auftraggeber Geschäfte zu vermitteln. (Vgl. KULICH, Rolf: Mehrwertsteuer-Kommentar, a.a.O., Teil 3, § 3, S. 6).

⁴⁾ Vgl. KULICH, Rolf: ebenda, S. 7 ff u. die dort angeführten Erlasse der Oberfinanzdirektionen Köln (v. 22.9.1955 - S 4107 A - 30/55 St 112), Stuttgart (v. 5.9.1958 - S 4107 - St 61), München (v. 30.10.1958 - S 41/7 K 8).

kauf werden. Darüber hinaus ist dem Auftraggeber nach der Verkaufsabwicklung Mitteilung und Abrechnung über den erzielten Verkaufserlös zu machen. Ebenso sind Reparaturen und etwaige Garantiezusagen nur dann steuerunschädlich, wenn sie im Namen und für Rechnung des Auftraggebers erfolgen. Die Vernachlässigung dieser Anforderungen kann unter dem herrschenden hohen Mehrwertsteuersatz zu existenzgefährdenden Umsatzsteuernachbelastungen führen.

2. Möglichkeiten der Verkaufsförderung

a) Betriebliche Aufgaben zur Förderung des Gebrauchtwagenabsatzes

Die bisherige Erörterung der Probleme des 'reinen' Gebrauchtwagenhandels zeigte zwei deutliche Schwerpunkte:

1. die aus seiner ungünstigen Konkurrenzlage insbesondere gegenüber dem privaten Gebrauchtwagenverkäufer entspringenden Schwierigkeiten
2. die durch die ungenügende Erfüllung der Handelsfunktionen und unseriöse Geschäftspraktiken ausgelösten Verkauferschwernisse.

Für ihre Lösung oder doch zumindest für eine wirksame Erleichterung müssen deshalb die Bemühungen bevorzugt auf alle diejenigen Maßnahmen konzentriert werden, die die Wettbewerbsnachteile gegenüber den Konkurrenten ausgleichen und die Vertrauensposition verbessern helfen. Dies erfordert zunächst die optimale Gestaltung der beschriebenen allgemeinen Verkaufsaufgaben. Dabei ist besondere Aufmerksamkeit einem vorbildlichen Geschäftsgebaren und den Sortiments-, Informations- und Beratungsaufgaben zuzuwenden, um den Auswahl-, Beratungs- und Sicherheitsbedürfnissen der Käufer bestmöglich zu entsprechen. Diese Schritte reichen jedoch in der Regel nicht aus, um sich deutlich von unseriösen Konkurrenten abzuheben und das in der Vergangenheit gegenüber dem 'reinen' Gebrauchtwagenhandel angesammelte Mißtrauen abzubauen. Es müssen deshalb weitere wirksame Maßnahmen zur Überwindung der aufgezeigten Marktwiderstände hinzutreten. Die im folgenden aufgeführten, von fortschrittlichen Händlern erprobten Förderungsmöglichkeiten weisen dazu einen erfolgversprechenden Weg.

aa) Neue Wege der Verkaufsanbahnung und der Standortpolitik

Unter den ergänzenden Unterstützungsaufgaben für das Gebrauchtwagengeschäft sei zunächst auf wirksamere Formen der Verkaufsanbahnung verwiesen. So haben einfache Firmenschilder mit dem alleinigen Hinweis auf die An- und Verkaufsbe-
reitschaft im Gebrauchtwagenhandel ihre Werbekraft weitgehend eingebüßt. Sie
müssen durch zugkräftigere Werbemittel, wie Werbetafeln bzw. Spannbänder ersetzt werden, die nach amerikanischem Vorbild häufig die gan-
ze Straßenfront einnehmen, um Kaufinteressenten auf das Angebot aufmerksam zu
machen. Eine erhöhte Kundenfrequenz wird in der Regel auch bei dem Einsatz von
Leuchtschriftwerbung erzielt.

Eine verstärkte Ausnutzung erfordern daneben die schon im Rahmen der allgemei-
nen Absatzprobleme angedeuteten Möglichkeiten der Plakat-, Prospekt-, Handzet-
tel-, Diapositiv- und Briefwerbung. Sie sind bisher hinter der dominierenden Zei-
tungswerbung zurückgetreten, sofern sie nicht sogar völlig vernachlässigt wurden.
Verschiedene Gebrauchtwagenhändler verteilen z.B. erfolgreich Prospekte und
Handzettel an Endpunkten von Vorortbahnen, um sogenannte Pendler, die täglich
große Entfernungen zwischen Wohnung und Arbeitsplatz zurücklegen, für den Ge-
brauchtwagenkauf zu gewinnen. Günstig erweist sich die Verteilung auch an den
Ausgängen großer Industriebetriebe zum Arbeitsschluß bzw. Schichtwechsel. Da-
rüber hinaus werden in die Käuferwerbung mit gutem Erfolg Tankstellen, Fahrshu-
len, Kraftfahrzeugwerkstätten, Hauswarte, Pförtner von Industriefirmen, Parkwäch-
ter, Schadenssachbearbeiter von Versicherungen sowie Vereine und sonstige Orga-
nisationen eingeschaltet, die mit Prospekten und Angebotslisten versehen worden
sind.

Eine zunehmende Zahl von Händlern arbeitet auch mit Tankstellen, Parkwächtern
und Garagenbetrieben in der Form zusammen, daß sie ihnen gegen eine Vermitt-
lungsprovision Fahrzeuge direkt zum Verkauf überläßt. In seiner Wirkung kommt
diese Art des Gebrauchtwagenangebotes einer Standortspaltung nahe, wie sie für
Filialbetriebe typisch ist¹⁾. Es gestattet, abgesehen von einer möglichen Auswei-
tung, ein gegebenes Absatzgebiet intensiver zu erschließen und eventuelle Stand-
ortnachteile auszugleichen.

¹⁾ Vgl. BEHRENS, Karl Christian: Allgemeine Standortbestimmungslehre, a.a.O.,
S. 94 ff.

Standortwirkungsmäßig in die gleiche Richtung wie die Zusammenarbeit mit einem Netz von Vermittlern geht die Ausrichtung betriebsexterner ' Gebrauchtwagen-Sonderschauen '. Es handelt sich dabei um zeitlich auf wenige Tage beschränkte Ausstellungen gebrauchter Kraftfahrzeuge eines Händlers an bestimmten für den Gebrauchtwagenabsatz als aussichtsreich angesehenen außerbetrieblichen Standorten, die es gestatten, auch diejenigen Absatzmärkte zu erschließen und auszuschöpfen, die aufgrund ihres begrenzten Potentials die feste Niederlassung eines Händlerbetriebes nicht zuließen. Der Handel wählt als Ausstellungsorte die Nähe großer Industriebetriebe, Vorortbahnhöfe sowie zentrale Punkte reiner Wohngegenden. Guten Erfolg hatten in der Vergangenheit auch die in Kleinstädten und Dörfern auf Markt- und Sportplätzen durchgeführten Veranstaltungen dieser Art, sofern sie genau vorgeplant waren und durch gezielte Werbung wirksam unterstützt wurden. Gute Dienste leistete hierbei insbesondere der Einsatz von Plakaten, Prospekten, Handzetteln und Werbediapositiven sowie hinweisenden Spannbändern und Beschriftungen.

Als weitere Möglichkeiten zur Absatzförderung bieten sich die Standortspaltung und der Standortwechsel an. Sie empfehlen sich insbesondere dann, wenn sich die bei der Gründung des Unternehmens vorgefundenen Standortbedingungen im Zeitablauf ungünstig verschoben haben. Dabei ist hinsichtlich der Standortwahl in jüngster Zeit die Tendenz zu beobachten, daß eine wachsende Zahl von Gebrauchtwagengeschäften ihren Betrieb aus den traditionellen Citylagen heraus in reine Wohngegenden und Wohnvororte großer Städte verlegt und mit dem neuen Standort gute Erfahrungen macht ¹⁾. Seine Erfolge beruhen nach Meinung des Handels neben den bequemerem Besichtigungsmöglichkeiten für die Kaufinteressenten vor allem in der im Zuge genauerer Absatzanalysen gewonnenen Erkenntnis, daß die an günstigen Preisen interessierten Gebrauchtwagenkäufer den Gebrauchtwagenerwerb in der Innenstadt vielfach scheuen, weil sie wegen der hohen Mieten bzw. Pachten überhöhte Gebrauchtwagenpreise befürchten.

¹⁾ Vgl. SCHLAGHECKEN, A.: a.a.O., S. 157.

bb) Wirksame Warendarbietung

Neben zeitgemäßen äußeren Standortgegebenheiten sind auch eine käuferanziehende und vertrauenerweckende Warendarbietung und Betriebs- und Geschäftsausstattung wesentliche Voraussetzungen für einen größeren Verkaufserfolg.

Hinsichtlich des Fahrzeugangebotes, über dessen Pflegezustand - wie beschrieben - vielfach Klagen geführt werden, kommt es dabei zunächst auf eine fachmännische Verkaufsaufbereitung an. Ihre Aufgabe ist - im Gegensatz zu dem kritisierten 'betrügerischen Frisieren' - die im Verhältnis zum jeweiligen Fahrzeugwert mit angemessenen Mitteln erzielbare Verbesserung des äußeren optischen Eindrucks der angebotenen Gebrauchtwagen. Die Aufbereitungsmaßnahmen, die treffend auch als 'Fahrzeugkosmetik' oder 'Gebrauchtwagen-Make-up' bezeichnet werden ¹⁾, schließen neben einer sorgfältigen Säuberung, die das Wagenäußere wie das Wageninnere einschließlich Motor und Gepäckraum umfaßt, die Entfernung von Roststellen, kleinere Lackierungsarbeiten sowie eine intensive Lack- und Chrompflege ein, um die Fahrzeuge zu konservieren und ihnen neuen Glanz zu geben. Vielfach werden auch unansehnlich gewordene Bedienungshebel und -knöpfe ersetzt bzw. neu lackiert. In den USA hat man für die Verkaufsaufbereitung darüber hinaus Lacke und Raumspray's mit kaufanreizendem Neuwagengeruch entwickelt, deren verblüffende Wirkung daran deutlich wird, daß es einem Händler in New York damit gelang, 35 Gebrauchtwagen als Neuwagen zu verkaufen ²⁾. Dies bestätigt, wenn auch in sehr drastischer Weise, die bisherigen Erfahrungen, daß aufbereitete Fahrzeuge nicht nur schneller wiederverkauft werden, sondern auch in aller Regel einen über die Pflegekosten hinausgehenden Mehrerlös erzielen. Er bezifferte sich bei einem Aufbereitungstest der Ford-Werke bei Lohn- und Materialkosten zwischen 50.-- und 60.-- DM auf 200.-- bis 300.-- DM je Fahrzeug ³⁾.

Von wesentlicher Absatzbedeutung ist auch eine verkaufswirksame Aufstellung und Beleuchtung der angebotenen Fahrzeuge. Dies gilt für den

¹⁾ Vgl. BRÜHL, J.: Make-up für Gebrauchtwagen, Das Autohaus, 1965, S. 100-104.

²⁾ Vgl. Das Autohaus: Gebrauchtwagen mit Neuwagengeruch, 1965, S. 104.

³⁾ Lt. Angaben der Ford-Werke AG, Köln.

optischen Eindruck des Gebrauchtwagenangebotes auf Passanten und für die Besichtigungsmöglichkeiten im Geschäftslokal. Sie setzen leicht begehbare Zwischenräume zwischen den aufgestellten Fahrzeugen sowie Lagerstraßen und Rangiermöglichkeiten für den Fall einer beabsichtigten Probefahrt voraus. Dabei ist darauf zu achten, daß in den dem Publikum zugewandten, sorgfältig aufeinander ausgerichteten ersten Fahrzeugreihen - gleichsam 'als Visitenkarte' des Händlers - nur erstklassig erhaltene und gepflegte Gebrauchtwagen angeboten werden, die durch sauber beschriftete Preisschilder mit Hinweisen auf die besonderen Fahrzeugmerkmale und -vorteile sowie etwaige durchgeführte Reparaturen als Beleg für ihre Preiswürdigkeit ausgezeichnet sind. Preislich besonders vorteilhafte Objekte können hier erfolgreich auch als kaufanreizende Sonderangebote herausgestellt werden.

Ebenso trägt ein systematischer Aufstellungswechsel zur Verkaufsförderung bei, und zwar in der Form, daß die in den ersten Reihen ausgestellten Kraftfahrzeuge in fünf- bis zehntägigen Intervallen durch andere gepflegte Exemplare aus dem Bestand des Händlers ersetzt werden. Die gezielte Ausstellungsvariation vermittelt die Vorstellung eines natürlichen zu- und abgangsbedingten Wechsels und bietet darüber hinaus ständig neue Blickpunkte, mit denen der Gebrauchtwagenhändler das Interesse der Käufer auf sich zieht. Die Vorteile dieses Aufstellungswechsels gelten auch für die Zusammenarbeit mit Tankstellen, Fahrschulen und Parkplatzwächtern. So berichtet BRÜHL von einem westdeutschen Kraftfahrzeughändler, der mit gutem Absatz Erfolg einen Großteil seines gesamten Fahrzeugbestandes planmäßig zwischen 36 Tankstellen auswechselt ¹⁾).

Schließlich können entsprechend den schon beschriebenen außerbetrieblichen Verkaufsschauen betriebsinterne Gebrauchtwagen-Sonderschauen veranstaltet werden, in denen zeitweise bestimmte Fabrikate, Fahrzeugtypen oder Gebrauchtwagenpreisklassen schwerpunktmäßig zum Verkauf herausgestellt werden. Auch sie bieten bei guter Gestaltung wirksame Kaufanreize.

Als ein wesentliches verkaufsförderndes Element ist auch die Größe des Fahrzeugangebotes anzusehen. So dient ein großer Gebrauchtwagenhandelsbetrieb dem Käufer als Erfolgsausweis und kommt dem Bestreben der Käufer entgegen, ihre

¹⁾ BRÜHL, J.: Gebrauchtwagen leichter verkaufen, a.a.O., S. 208.

Auswahl aus einer möglichst großen Zahl von Gebrauchtwagen zu treffen.¹⁾

Zusätzliche Aufmerksamkeit beansprucht die Gestaltung des Geschäftslokals. So kann der optische Eindruck der häufig unansehnlichen Ausstellungsplätze durch eine saubere Kies- oder Asphaltdecke wirksam aufgebessert werden. Verkaufsfördernd erweisen sich auch überdachte Unterstände sowie Ausstellungsräume und -hallen, die die Fahrzeuge vor den Witterungseinflüssen und der schnellen Verschmutzung schützen. Sie lassen, indem sie den Kaufinteressenten den Eindruck besonderer Pflege und Sorgfalt vermitteln, darüber hinaus vielfach günstigere Verkaufspreise zu.²⁾

Der Wandel zum vertrauenerweckenden Gebrauchtwagengeschäft kann auch durch eine Verbesserung des Verkaufs- und Bedienungsprinzips wirkungsvoll ergänzt werden. So scheuen viele Gebrauchtwageninteressenten im ersten Informationsstadium den für die traditionelle Fremdbedienung typischen direkten Kontakt mit den Verkaufsorganen des Händlers. Als geeigneter erweist sich deshalb ein 'Freiwahlsystem', das als Vorstufe zur reinen Selbstbedienung eine unbefußte Vorauswahl ermöglicht, ohne die Wünsche der auf Beratung und Information angewiesenen Käufer zu vernachlässigen, denn es läßt den Kaufinteressenten die Wahl, sich bedienen zu lassen oder nicht.³⁾ Seine Einführung, für die eine übersichtliche Angebotszusammenstellung und eine aussagekräftige Verkaufsauszeichnung besonders wichtig sind, ermöglicht darüber hinaus eine wirksame Einschränkung des Verkaufspersonals, die um so wertvoller ist, als im Gebrauchtwagenhandel ein verbreiteter Mangel an guten Verkaufskräften besteht.

Das beschriebene Bedienungssystem wird unter anderem von dem größten deutschen Gebrauchtwagenhändler, Auto-Becker in Düsseldorf, angewandt. Er bietet in seinem 'Auto-Supermarkt' auf einem ehemaligen Fabrikgelände von 20.000 qm GröÙe ständig über 1.000 Gebrauchtwagen in Freiwahl zum Verkauf an. Dabei treten

¹⁾ In diesem Sinne auch RÖTTGER, Hermann: a.a.O., S. 127.

²⁾ Vgl. BRÜHL, J.: Gebrauchtwagen unter Dach und Fach, Das Autohaus, 1965, S. 756 u. 758, bes. S. 756.

³⁾ Vgl. Das Autohaus: Vom Gebrauchtwagen hängt viel ab, a.a.O., S. 1303 u. JENNEN, Hans-Paul: Selbstbedienung im Automobilgeschäft, Das Autohaus, 1961, S. 363-365 u. 388, bes. S. 388.

Verkäufer nur auf ein Klingelzeichen der Kaufinteressenten zur Beratung oder zum Verkaufsabschluß in Erscheinung ¹⁾).

Größe und Bedienungssystem des Gebrauchtwagenhandels müssen schließlich auch im Zusammenhang mit dem herrschenden Ladenschlußgesetz gesehen werden, das in § 3 Öffnungszeiten bestimmt, die sich mit der Arbeitszeit der hauptsächlich als Käufer in Frage kommenden berufstätigen Bevölkerungsteile weitgehend decken. ²⁾ Dadurch bleibt den Erwerbstätigen während der Abendstunden, in denen in den USA, wo keine Ladenschlußbeschränkungen bestehen, etwa 60 % aller Gebrauchtwagenumsätze getätigt werden ³⁾, für den Gebrauchtwagenkauf nur wenig Zeit. Es beschleunigt deshalb den Verkauf wesentlich, wenn der Händler eine große Auswahl und ein schnelles Bedienungssystem bieten kann. Das herrschende Ladenschlußgesetz fördert somit den Trend zum größeren Betrieb und zur rationelleren Verkaufsform ⁴⁾.

cc) Kundendienst und Händlerkulanz

Unter Kundendienst, Dienst am Kunden oder dem englischen Wort Service wird eine Nebenleistung des Vertriebes auf der letzten der Zufriedenheit der Käufer dienenden psychologischen Vertriebsstufe verstanden, die zur Förderung der Hauptleistung beitragen soll ⁵⁾. Sie zeigt, daß der Händler sich auch über den eigentlichen Verkaufsakt hinaus dem Kunden und den veräußerten Waren verpflichtet fühlt und ist dadurch gut geeignet, das aufgezeigte Käufermißtrauen abzubauen.

Schon die Käuferberatung über die richtige Fahrzeugpflege und Fahrweise sowie die Übernahme der zeitraubenden Umschreibungsformali-

¹⁾ Vgl. Das Autohaus: Beckers Auto-Supermarkt, 1961, S. 432-435.

²⁾ Gesetz über den Ladenschluß vom 14.11.1960, a.a.O.

³⁾ National Automobile Dealers Association (N.A.D.A.): The Management Magazine of the Automotive Retailing Industrie, Vol. 38, Nr. 3, Washington 1966, S. 32.

⁴⁾ Vgl. SUNDHOFF, Edmund: Ladenschlußzeiten, Handwörterbuch der Betriebswirtschaftslehre, Hrsg. Seischab, Hans u. Schwantag, Karl, 3. Aufl., Bd. III, Stuttgart 1960, Sp. 3647 bis 3649, bes. Sp. 3647.

⁵⁾ Vgl. KOCH, Waldemar: Grundlagen und Technik des Vertriebes, Bd. I, Berlin 1951, S. 703.

täten durch den Händler stellen wertvolle Kundendienstleistungen, für die die Gebrauchtwagenkäufer und unter ihnen besonders die 'Neulinge' dankbar sind. Wesentliche Förderungswirkungen gehen auch von der Einrichtung eines gewissenhaften Fahrzeugservice aus, denn er ist für das Kraftfahrzeug, das während seiner gesamten Laufzeit einer fachmännischen Betreuung bedarf, von vorrangiger Absatzbedeutung. Dies wird daran deutlich, daß im Neuwagenabsatz der Umfang und die Qualität der von den Herstellern und Händlern gebotenen Kundendienstleistungen wesentlich den Ruf der einzelnen Fabrikate bestimmen ¹⁾. Dennoch weisen bis jetzt nur größere sowie fabrikatsmäßig spezialisierte Gebrauchtwagenhändler derartige Kundendienstwerkstätten auf. Dies ist eine Folge der erforderlichen hohen Investitionskosten sowie der Konkurrenz der spezialisierten Werkstätten des Neuwagenhandels und sonstiger freier Kraftfahrzeugwerkstätten. Es bietet sich jedoch auch in der Zusammenarbeit mit einer benachbarten freien Werkstatt ein möglicher Weg zur Ausnutzung der geschilderten Kundendienstvorteile für den Verkauf.

Zu den vertrauenfördernden Kundendienstleistungen gehören auch die sogenannten 'Kulanzmaßnahmen', d.h. die entgegenkommende Regelung von Kundenreklamationen, die schon häufig die Grundlage für dauerhafte Geschäftsverbindungen war.

dd) Qualitätszusicherungen

Zur Abhebung von den Praktiken unseriöser Konkurrenten und zur Vertrauensförderung in die angebotenen Fahrzeuge erweisen sich auch Qualitätszusicherungen sehr wirkungsvoll. So wird ein Gebrauchtwagenhändler die von ihm sorgfältig überprüften Fahrzeuge erfolversprechender als 'werkstattgeprüft' oder 'unfallfrei' anbieten. Bezieht sich die Kontrolle auf die polizeiliche Verkehrssicherheit, die nach § 29 StVZO einer laufenden strengen Überwachung bedarf, oder läßt der Händler die Fahrzeuge vom Technischen Überwachungsverein (TÜV) als verkehrssicher begutachten und mit einer entsprechenden Prüfplakette auszeichnen, so erscheinen

¹⁾ Vgl. Koch, Waldemar: Grundlagen und Technik des Vertriebes, Bd. I, Berlin 1951, S. 706.

auch Formeln wie 'TÜV-sicher' oder '§ 29 TÜV-geprüft' zur Verkaufsförderung gut geeignet. Die genannten Maßnahmen können durch eine Prüfkarte wirksam ergänzt werden, die an den angebotenen Gebrauchtwagen angebracht wird und die durchgeführten Kontrollen bescheinigt. Einzelne Händler statten ihre Fahrzeuge mit gutem Erfolg auch mit neutralen Sachverständigengutachten aus.¹⁾

Über diese allgemeinehaltenen Qualitätssicherungen und die Einholung von Sachverständigengutachten hinaus ist es nur ein logischer Schritt zur Gebrauchtwagengarantie, mit der der Händler offen und verbindlich mit dem Ruf seiner ganzen Firma für sein Gebrauchtwagenangebot eintritt. Sie bedarf auch deshalb besonderer Beachtung, weil es - wie beschrieben - seit Jahrzehnten üblich ist, Gebrauchtwagen 'unter Ausschluß jeglicher Gewährleistung' zu verkaufen, so daß der kauf- und vertrauensfördernde Effekt der mit der Tradition des Gewährleistungsausschlusses brechenden Gebrauchtwagengarantie beträchtlich ist. Sie bietet eine wertvolle Chance zur Verbesserung der Wettbewerbsposition des Gebrauchtwagenhändlers insbesondere auch gegenüber den privaten Käufern, die üblicherweise keine Garantie gewähren.²⁾

Trotz dieser Vorteile stößt die Gebrauchtwagengarantie in der Händlerschaft vielfach auf Ablehnung, "weil man eine Garantie, die einmal (nämlich beim Neuwagen nach 10.000 km oder einem halben Jahr) erloschen ist, nicht nach Jahren oder einer langen Laufzeit des Wagens wieder aufleben lassen kann"³⁾. Man empfiehlt statt dessen die Behebung auftretender Fahrzeugschäden auf dem Wege der Kulanz. Diese entbehrt jedoch als eine passive Reaktion auf Kundenreklamationen des hohen Wertes der aktiven, schon auf den Kaufentschluß gerichteten Garantienmaßnahmen. Andere ablehnende Stimmen stellen das hohe Garantierisiko in den Vordergrund. So heißt es in einem Händlerbrief an das Autohaus: "Gebrauchtwagengarantie bedeutet Zusage für die Zukunft auf Fahrzeuge, deren innersten Zustand man selber nur be-

1) Vgl. KOCH, Waldemar: Technik und Grundlagen des Vertriebes, Bd. II, a.a.O., S. 314.

2) Vgl. KAUFMANN, W.: Garantie für den Gebrauchten?, Das Autohaus, 1966, S. 421-424, bes. S. 422.

3) Vgl. Das Autohaus: Gebrauchtwagengarantie schlägt Wellen, Eine Auswahl interessanter Leserstimmen, 1967, S. 101 f, bes. S. 102 u. Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Bericht über das Geschäftsjahr 1966/67, ZDK-Mitteilungen, 1967, S. 87-104, bes. S. 97.

dingt kennt, d.h. man übernimmt eine Hypothek auf gut Glück, ein Risiko, das größer ist als normal" ¹⁾). Die Ergebnisse der monatelangen Einführungsversuche der von Ford-Händlern gewährten A-1 Gebrauchtwagengarantie zeigten jedoch wie im Falle der Neuwagengarantie, daß durch den Risikoausgleich im Rahmen des Gesamtangebotes die durchschnittlich anfallenden Garantiekosten je Fahrzeug durchaus kalkulierbar sind ²⁾). Zwar können wegen des unterschiedlichen Umfanges der Garantieleistungen allgemeingültige Angaben über ihre Höhe nicht gemacht werden. Die für Neufahrzeuge aufzuwendenden Durchschnittskosten, die für Ford-Pkw im Jahre 1966 beispielsweise zwischen 60 und 80 DM betrugen, werden jedoch durch die übliche Einschränkung der Gebrauchtwagengarantie gegenüber der Neuwagengarantie in der Regel nicht überschritten. Diese Tatsache sowie der Vorteil, daß die Käufer bereit sind, für den mit der Gebrauchtwagengarantie gebotenen Sicherheitsvorteil einen Aufpreis zu zahlen, der deutlich über der durchschnittlichen Kostenbelastung durch Garantiearbeiten liegt, entkräftet wirksam den Einwand, daß die Gebrauchtwagengarantie nur zu wesentlichen weiteren Abstrichen von der ohnehin als unbefriedigend angesehenen Rendite führe.

Tatsächliche Schwierigkeiten werfen dagegen die für Garantiearbeiten häufig unzureichenden Reparaturwerkstätten auf. Einen möglichen Ausweg bietet jedoch auch hier die Zusammenarbeit mit freien Werkstätten.

Weitere Probleme ergeben sich daraus, daß sich eine einheitliche Gebrauchtwagengarantie wie auf dem Neuwagenmarkt, auf dem in der Regel eine dem jeweiligen Stand der Technik entsprechende Fehlerfreiheit des Kaufgegenstandes in Werkstoff und Werkarbeit während einer Dauer von 6 Monaten höchstens jedoch bis zu einer Gesamtfahrleistung von 10.000 km gewährleistet wird, nicht herausgebildet hat. Mit Ausnahme einzelner Händler, die auch für Gebrauchtwagen mit einer 'Neuwagengarantie' werben, sind die Garantieversprechen gegenüber dem Neuwagen zeitlich wie sachlich meist mehr oder minder eingeschränkt ³⁾). So bieten verschiedene Händler eine bloße Garantie der Verkehrssicherheit, andere beschränken sich auf den Motor, wieder andere beziehen auch die Kupplung, das Getriebe sowie Achsen, Lenkung und

¹⁾ Vgl. Das Autohaus: Gebrauchtwagengarantie schlägt Wellen, a.a.O., S. 101 f.

²⁾ Diese und die folgenden Ausführungen lt. Auskunft der Ford-Werke AG, Köln.

³⁾ Vgl. KAUFMANN, W.: Garantie für den Gebrauchten? a.a.O., S. 422.

Bremsen in die Garantieverprechen ein, die für ein, zwei oder drei Monate bzw. höchstens bis 2.000, 3.000 oder 5.000 km gelten. Verschiedene Händler staffeln auch die Garantieleistungen im Zeitablauf. Andere garantieren unter Ausschluß jeglicher sonstiger Gewährleistungsansprüche nur ein Umtausch- oder Rückgaberecht innerhalb bestimmter Tagesfrist.¹⁾

Diese uneinheitlichen Gebrauchtwagengarantien verdeutlichen die bestehende Gefahr, daß sich ihre Vorteile durch eine zunehmende Verwirrung der Käufer in den Nachteil verkehren, daß schließlich selbst der Gebrauchtwagengarantie mißtraut wird. Die großzügigen Garantieverprechen, die vor allem kleinere Gebrauchtwagenhändler bieten, ohne ihre Durchführung gewährleisten zu können, bringen ihren Ruf schon heute in Mißkredit. Die gleiche Folge hat die undifferenzierte Pauschalwerbung mit der Gebrauchtwagengarantie sowie die Aufmachung von Garantiekarten, die mehr vortäuschen als sie tatsächlich gewähren wollen. Die zur Verkaufsförderung eingeführten Garantieverprechen sind jeweils klar und unmißverständlich zu formulieren und einzuhalten, um das Käufervertrauen zu rechtfertigen.

ee) Teilzahlungsangebot

Gegenüber den üblicherweise Barzahlung verlangenden privaten Gebrauchtwagenverkäufern kann sich der Händler einen zusätzlichen Vorteil durch ein Teilzahlungsangebot sichern, denn die Wahlfreiheit der Gebrauchtwageninteressenten wird wesentlich erweitert, wenn sie den Kaufpreis in Raten aus dem laufenden Einkommen tilgen können²⁾. Es verwundert deshalb nicht, daß die Zahl der über den Handel oder indirekt über Bankinstitute finanzierten Ratenkäufe von Gebrauchtfahrzeugen groß ist. Der Zentralverband des Kraftfahrzeughandels schätzte ihren weit über dem Durchschnitt anderer Einzelhandelsbranchen liegenden Anteil³⁾ bei den Pkw im Jahre 1966 auf 45 % bis 50 %.⁴⁾

¹⁾ Vgl. KOCH, Waldemar, Grundlagen und Technik des Vertriebes, Bd. II, a.a.O., S. 315.

²⁾ Vgl. KATONA, George: a.a.O., S. 280 u. THIESS, Erich: a.a.O., S. 59 ff, bes. S. 62.

³⁾ Vgl. THIESS, Erich: a.a.O., S. 59.

⁴⁾ Lt. Auskunft des Zentralverbandes des Kraftfahrzeughandels, Frankfurt.

Zur Durchführung der unter Mitwirkung des Handels zustandegekommenen Teilzahlungsgeschäfte bieten sich grundsätzlich zwei Möglichkeiten: die Eigenfinanzierung oder die Fremdfinanzierung mit Hilfe spezieller Teilzahlungsbanken. Für die Eigenfinanzierung spricht neben der Tatsache, daß die Finanzierungsgebühren in der Regel einen beachtlichen Gewinn enthalten, daß der Käufer während der Laufzeit des Kredites eng mit dem Händler in Kontakt bleibt. Nachteilig erweisen sich die speziellen Risiken und Probleme des Teilzahlungsverkaufes, die die finanzielle Leistungsfähigkeit des Händlers wie diejenige der Teilzahlungskäufer betreffen.

Beim Gebrauchtwagenhändler bindet das Kreditgeschäft, abgesehen von den anfallenden Zinskosten und Aufwendungen für Auskunftseinholung und Abwicklung, beträchtliches Kapital.¹⁾ Darüber verfügt er - wie geschildert - nur selten in ausreichendem Umfang. Dazu tritt das hohe Ausfallrisiko beim Teilzahlungskredit, das eine sorgfältige Auswahl der Kreditnehmer erforderlich macht.²⁾ Informationsmittel über die Bonität der Kunden sind neben Selbstauskünften der Antragsteller über ihre Einkommens-, Vermögens- und Schuldverhältnisse die Kreditauskünfte von Auskunfteien. Zusätzlich sichert der Händler die Ratenkredite in der Regel durch Eigentumsvorbehalt an den veräußerten Fahrzeugen und den obligatorischen Abschluß von Haftpflicht- und Kaskoversicherungen. Ebenso wird üblicherweise eine Anzahlung verlangt, die nach RÖTTGER mindestens 33 1/3 % des Kaufpreises betragen sollte.³⁾ Durch den scharfen Wettbewerb zwischen den gewerblichen Teilzahlungsinstituten sind heute unter Kalkulation höherer Risikozuschläge auch zehn- und zwanzigprozentige Anzahlungen üblich. Verschiedentlich wird bei den über Teilzahlungsinstitute gewährten Krediten sogar ganz darauf verzichtet.

Auch die Laufzeit der Teilzahlungsvereinbarungen spielt für die Kreditsicherung eine wesentliche Rolle, denn im Falle der Rücknahmenotwendigkeit muß der Fahrzeugwert mindestens der ausstehenden Restforderung entsprechen, wenn Verluste vermieden werden sollen. Dadurch waren Kreditfristen über 12 Monate Dauer jahrzehntelang selten.⁴⁾ Durch den zunehmenden Absatzdruck im Gebrauchtwagengeschäft und den verschärf-

¹⁾ Vgl. BUDDEBERG, Hans: a.a.O., S. 95.

²⁾ Vgl. THIESS, Erich: a.a.O., S. 62.

³⁾ RÖTTGER, Hermann: a.a.O., S. 60.

⁴⁾ Ebenda.

ten Wettbewerb der Teilzahlungsinstitute sind inzwischen jedoch auch hier wesentlich längere Laufzeiten üblich geworden. Selbst Teilzahlungsangebote 'ohne Anzahlung in 36 Monatsraten' sind keine Seltenheit mehr.

Der einzelne Händler kann mit den vorgenannten von Teilzahlungsbanken gewährten Bedingungen in der Regel nicht konkurrieren. Deshalb beschränkt er sich, sofern er überhaupt eigenfinanzierte Teilzahlungsverkäufe durchführt, üblicherweise auf unproblematische und kurzfristige Kreditgeschäfte. Dabei erfolgt die Durchführung in der Form, daß neben dem Kaufvertrag und den angeführten Versicherungen ein Darlehensvertrag über die Restkaufsumme einschließlich der Finanzierungsgebühren abgeschlossen wird, die ratenmäßig zu tilgen ist. Die Kaufpreistraten können zusätzlich durch Sicherungswechsel gedeckt werden, die am Tage der Ratenzahlung fällig sind, sofern der Händler nicht das Teilzahlungsgeschäft ohne besonderen Darlehensvertrag allein auf Wechselbasis abwickelt. Als weitere Sicherungsmaßnahme enthält der Kauf- bzw. Darlehensvertrag in der Regel die Bestimmung, daß bei Ratenverzug des Schuldners die gesamte Restforderung fällig werden soll.

Wie schon angedeutet, scheidet die Eigenfinanzierung der Teilzahlungsgeschäfte aus Kapitalmangel für viele Händler aus. Der Großteil des Handels nimmt deshalb ganz überwiegend die Dienste von Teilzahlungsinstituten in Anspruch, die ihm die Möglichkeit bieten, die Kreditfunktion und die damit verbundenen Risiken auszugliedern¹⁾. Dabei wird der Käufer im Falle der direkten Finanzierung durch eine Teilzahlungsbank unmittelbar an ein derartiges Finanzierungsinstitut verwiesen, das mit ihm einen Kreditvertrag über die benötigte Restkaufsumme abschließt. Die Einflußnahmemöglichkeiten des Händlers auf die Käuferinitiative sind in diesem Fall nur gering. Deshalb wird im Gebrauchtwagenhandel in der Regel die sogenannte indirekte Finanzierung vorgezogen, bei der der Händler als Vermittler der Teilzahlungsbank selbst die Kreditvereinbarungen mit dem Käufer trifft und dafür eine Vermittlungsprovision gutgeschrieben erhält.

Auch für die über Teilzahlungsbanken gewährten Kundenkredite sind sorgfältige Kreditauskünfte und der Abschluß von Haftpflicht- und Kaskoversicherungen wesentliche Voraussetzungen. Zusätzlich lassen sich die Finanzierungsinstitute die Verkaufs-

¹⁾ Vgl. BUDDEBERG, Hans: a.a.O., S. 96.

objekte unter Übergabe des Kraftfahrzeugbriefes für die Dauer der Kreditgeschäfte sicherungsübereignen. Zum Teil müssen die Kreditnehmer auch die pfändbaren Teile der Lohn- und Gehaltsansprüche abtreten. Weniger häufig ist demgegenüber die Absicherung durch Wechsel.

Zu beachten ist, daß die Kraftfahrzeugkäufer in jüngster Zeit neben den genannten Kreditformen in verstärktem Maße Barkredite von Bankinstituten in Form persönlicher Kleinkredite oder Anschaffungsdarlehen in Anspruch nehmen, da sie zinsgünstiger sind als die zunächst betrachteten Warenkredite und dem Kreditnehmer das Auftreten als Barkäufer gestatten.¹⁾ Trotz dieses Strukturwandels auf dem Kreditmarkt behält das direkte Teilzahlungsangebot des Händlers für eine persönliche verkaufsfördernde Einflußnahme auf die Käufer große Absatzbedeutung.

ff) Übernahme einer Neuwagenvertretung

Zu den von 'reinen' Gebrauchtwagenhändlern getroffenen Maßnahmen zur Förderung des Absatzes zählt in den letzten Jahren auch die Übernahme einer Neuwagenvertretung, da sich deren Ruf vorteilhaft auf den Gebrauchtwagenverkauf auswirkt. Ein bekanntes Beispiel dafür ist der größte deutsche Gebrauchtwagenhändler, 'Auto-Becker' in Düsseldorf, der zur Stärkung seiner Absatzposition eine Reihe prominenter Neuwagenvertretungen übernommen hat. Eine große Zahl 'reiner' Gebrauchtwagenhändler ist dieser Entwicklung inzwischen gefolgt, so daß die in jüngster Zeit zu beobachtende rückläufige Marktbedeutung des 'reinen' Gebrauchtwagenhandels auch auf diese Erscheinung zurückzuführen ist.

¹⁾ Vgl. BECKER, Wolf-Dieter: Neue Tendenzen in den Finanzierungsgrundlagen des Handels und der Verbraucher, in: Wandel im Handel, Studienreihe: Betrieb und Markt, Hrsg. Behrens, Karl Christian, Bd. VI, 2. Aufl., Wiesbaden 1966, S. 191-203, bes. S. 200.

b) Überbetriebliche und gesetzgeberische Förderungsmaßnahmen für den Gebrauchtwagenhandel

Die dargestellten betrieblichen Möglichkeiten zur Unterstützung des Gebrauchtwagenhandels können durch überbetriebliche Maßnahmen sowie gesetzgeberische Schritte wirksam ergänzt werden. Letztere betreffen neben einer Senkung der fiskalischen Belastung der Kraftfahrzeughaltung, auf die an anderer Stelle noch ausführlicher einzugehen sein wird, vor allem Regelungen zur Sicherung eines realen Geschäftsgebarens. Diese sind denkbar in Form

1. einer behördlichen Kennzeichnungspflicht für unfallgeschädigte Fahrzeuge im Kraftfahrzeugbrief,
2. eines Verbotes von Reparaturen an wichtigen Kraftfahrzeugteilen in Nicht-fachwerkstätten,
3. der Einziehung des Kraftfahrzeugbriefes bei anerkannten Totalschäden, um zu verhindern, daß derartige Fahrzeuge nach unsachgemäßer Reparatur wieder in den Verkehr gelangen,
4. einer allgemeinen Verschärfung der Zulassungsbestimmungen zum Gebrauchtwagenhandel bzw. einer schärferen gewerbepolizeilichen Überwachung sowie schließlich
5. einer Plombierung des Kilometerzählers, um Täuschungen über die Fahrleistungen von Kraftfahrzeugen auszuschließen.¹⁾

Verschiedene Händler aus dem südwestdeutschen Raum gründeten mit ähnlichen Zielsetzungen 1961 in Frankfurt a.M. den 'Bundesverband deutscher Händler für gebrauchte Kraftfahrzeuge e.V.', in dem sich nach den Vorstellungen der Gründer der seriöse Gebrauchtwagenhandel zur Durchsetzung lauterer Geschäftsmethoden zusammenfinden sollte.²⁾ Die Aufnahmebestimmungen verlangten entsprechend formulierte Bürgerschaftserklärungen von den beitrittswilligen Händlern und eine Auskunftseinholung über ihr bisheriges Geschäftsgebar. Bei späteren Verstößen

¹⁾ Vgl. hierzu auch BECKER, Wilhelm: Neue Wege im Gebrauchtwagengeschäft, a.a.O., S. 1060 u. Der Spiegel: Die zweite Hand, a.a.O., S. 32 f.

²⁾ Vgl. Der Spiegel: Die zweite Hand, a.a.O., S. 24.

gegen die Verbandsziele sah die Satzung die Möglichkeit des Ausschlusses vor. Es zeigte sich, daß nur ein geringer Teil der Gebrauchtwagenhändler bereit war, diesem Verband beizutreten.

Der Zentralverband des Kraftfahrzeughandels, dessen regionalen Unterverbänden selbst eine große Zahl 'reiner' Gebrauchtwagenhändler angehört, weist darauf hin, daß die Verbandsaufnahme bzw. der Verbandsausschluß allein ein nur ungenügendes Mittel zur Säuberung des Gebrauchtwagenhandels darstellt, da unkorrekte Händler nicht an der Weiterführung ihrer Geschäfte gehindert werden. Er selbst sieht die Aufgabe zur Gesundung der Verhältnisse auf dem Gebrauchtwagenmarkt deshalb darin, "mit viel Geduld und Mühe den Betrieben die moralische und wirtschaftliche Richtigkeit eines reellen Handelns aufzuzeigen, und wo die Überzeugungskraft auf der einen oder die Vernunft auf der anderen Seite nicht ausreicht, dem Recht im Klagewege zum Erfolg zu verhelfen" ¹⁾. Der Zusammenschluß des seriösen Gebrauchtwagenhandels mit den Neuwagenhändlern in den regionalen Verbänden des Kraftfahrzeughandels scheint deshalb der erfolgversprechendere Weg zur Durchsetzung der aufgezeigten Ziele zu sein, zumal sich diese Verbände schon im Hinblick auf die Gebrauchtwagenprobleme des Neuwagenhandels, die im Mittelpunkt des folgenden Untersuchungsabschnittes stehen, intensiv mit der Förderung des Gebrauchtwagengeschäftes befassen. Das zeigen neben den schon erwähnten 'Wettbewerbsregeln für den Kraftfahrzeughandel', in denen in § 6 ausdrücklich auf die Unzulässigkeit irreführender Gebrauchtwagenwerbung und der Käufertäuschung über die Zahl der Voreigentümer eingegangen wird, die von den Regionalverbänden organisierten Gebrauchtwagenverkaufsmessen, auf die an anderer Stelle noch ausführlicher eingegangen wird, und die Bemühungen um eine gerechtere Umsatzbesteuerung für das gewerbliche Gebrauchtwagengeschäft.

¹⁾ ZDK-Mitteilungen, 1961, S. 109.

III. DAS GEBRAUCHTWAGENGESCHÄFT DER NEUWAGENHÄNDLER

A. Bedeutung des Gebrauchtfahrzeughandels für den Neuwagenverkauf

1. Grundlegende Beziehungen zwischen Gebrauchtwagenhandel und Neuwagenabsatz

Für die folgende Betrachtung des Gebrauchtwagengeschäftes der Neuwagenhändler und seiner spezifischen Besonderheiten und Probleme sind zunächst die grundlegenden Beziehungen zwischen dem Gebrauchtwagen- und dem Neuwagenabsatz darzustellen und die Ursachen für die Beteiligung des Neuwagenhandels am Gebrauchtwagenhandel aufzuzeigen. Dabei bildet den Ausgangspunkt der Untersuchung die Feststellung, daß die Expansionsmöglichkeiten des Neuwagenmarktes begrenzt sind gegenüber den auf stetige Absatzausdehnung gerichteten verkaufspolitischen Zielsetzungen der Hersteller und Händler. Dies ist eine Folge der langen Lebensdauer der Fahrzeuge, der Höhe der Neuwagenpreise und Unterhaltungskosten sowie der zunehmenden Sättigung des Bedarfes im Zeitablauf.

Diese Marktentwicklung zeigt in schematisierter Form Abbildung 8 a, in der unter Zugrundelegung der allgemeinen Wachstumskurve und einer ständigen Bevölkerungsmehrung und Einkommenssteigerung von einem allmählichen Ansteigen der Kapazitätsgrenze des Marktes ausgegangen wird. Sie macht deutlich, daß an die Einführungsperiode für das neue Produkt und die durch zunächst überproportionales, dann unterproportionales Absatzwachstum gekennzeichnete Expansionsphase die Ausreifungsphase des Marktes anschließt, in der sich der Absatz mit abnehmenden Zuwächsen der Kapazitätsgrenze annähert. Dabei ergibt sich im Verlauf der beschriebenen Entwicklung mit dem abnehmenden Anteil neuer Käuferschichten an der Kraftfahrzeugnachfrage infolge der beschränkten Lebensdauer der Fahrzeuge eine zunehmende Verlagerung von der Erstinachfrage zur Ersatznachfrage. Diesen Strukturwandel der Nachfrage verdeutlicht Abbildung 8 b.

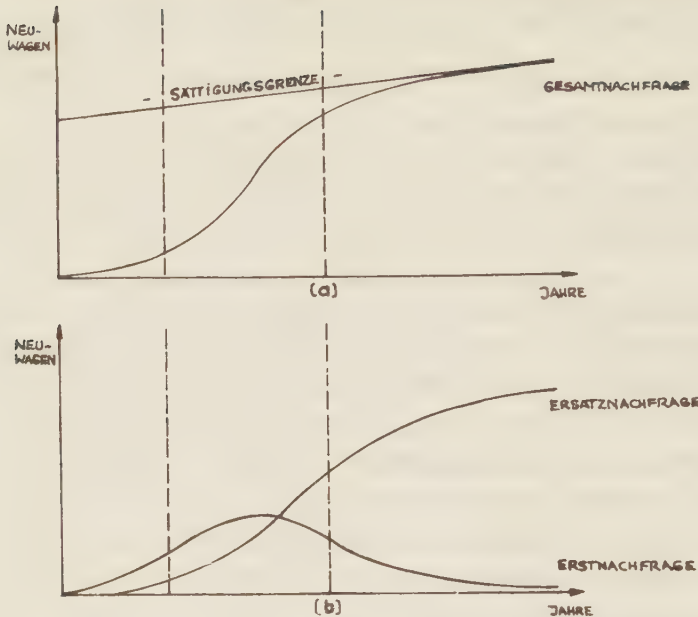


ABBILDUNG 9

ENTWICKLUNG DER ERSTNACHFRAGE, ERSATZNACHFRAGE UND GESAMTNACHFRAGE NACH NEUEN KRAFTWAGEN IM VERLAUF DER ZEIT

Die Zahl der Erstkäufer wächst bis zum Wendepunkt der Gesamtabsatzkurve in der Expansionsphase und nimmt danach kontinuierlich ab. Schließlich umfaßt sie nur noch die jeweils neu in den Markt tretenden Käufer. Die mit einer zeitlichen Verzögerung zur Erstnachfrage einsetzende Ersatznachfrage zeigt demgegenüber eine durchgehend ansteigende Entwicklung, bis sie in der Ausreifungsphase, in der auch sie sich weitgehend stabilisiert, als dominierender Absatzfaktor die Erstnachfrage weit übertrifft.

In der Sättigungsphase bietet den Herstellern nur das Hinausschieben der drohenden Kapazitätsgrenzen des Marktes weiterhin ausreichenden Expansionsspielraum. Dazu stehen der Absatzpolitik nach der Erschöpfung aller Möglichkeiten der Preissenkung, Werbung, des Kundendienstes sowie der Absatzorganisation und -finanzierung - nur zwei Wege offen, die Förderung des

Zusatzverkaufes an Verbraucher, die ein Kraftfahrzeug bereits besitzen, und die Beschleunigung der Ersetzung der schon in Gebrauch befindlichen Fahrzeuge.¹⁾ Beides sind erklärte Absatzziele der Automobilhersteller, wenngleich sie wegen der durch die Höhe der Anschaffungs- und Unterhaltungskosten beschränkten Zweitwagenhaltung²⁾ auf die Beschleunigung der Ersatzbeschaffung besonderes Gewicht legen.

Für die genauere Analyse des Einflusses der beschleunigten Ersetzung auf den Neuwagenabsatz muß zwischen dem normalen Ersatz eines Kraftfahrzeuges am Ende seiner durch technische und wirtschaftliche Faktoren beschränkten Nutzungsdauer und seiner früheren oder späteren Erneuerung unterschieden werden. Eine verspätete Ersetzung, die durch unwirtschaftliche Reparaturen möglich wird, ist Folge von Kaufkraftmangel oder einer Unterversorgung mit Ersatzfahrzeugen im normalen Ersetzungszeitpunkt. Sie war nach dem zweiten Weltkrieg wegen der lange Zeit ungenügenden Neuwagenproduktion generell üblich und kennzeichnet noch heute die Lage auf dem ostdeutschen Kraftfahrzeugmarkt.

Es ist leicht einzusehen, daß ein allgemein verspäteter Kraftfahrzeugersatz, insbesondere während der Ausreifungsphase des Marktes, in der die Ersatznachfrage den Erstbedarf übersteigt, einen dämpfenden Effekt auf den Neuwagenabsatz hat. Umgekehrt führt in der gleichen Marktsituation ein verbreitet vorzeitiger Kraftfahrzeugersatz, wie er in den hochmotorisierten Staaten West-Europas, in den USA und in Japan heute die Regel bildet, zu einer wesentlichen Beschleunigung des Wiederbeschaffungsrhythmus und damit zu einer beträchtlichen Ausdehnung des Neuwagenmarktes. Dabei wird die Größe des Expansionseffektes jedoch erst dann voll erfaßt, wenn man - wie dargestellt - berücksichtigt, daß Personenwagen bis zu ihrer endgültigen Außerbetriebsetzung wiederholt ihre Eigentümer wechseln, denn jeder der späteren Verkäufe hat, soweit er zum Zwecke der Ersetzung durch einen jüngeren Gebrauchtwagen bzw. einen Neuwagen erfolgt, einer Kettenreaktion ähnlich, die gleiche Wirkung wie der erste Verkauf. Der Neuwagenabsatz wird jeweils di-

¹⁾ Vgl. ALKJAER, Ejler: a.a.O., S. 26.

²⁾ 1965 entfielen auf 100 Haushalte mit Personen- und Kombinationskraftwagen erst 6 Haushalte mit mehr als einem Fahrzeug. (Verband der Automobilindustrie: Tatsachen und Zahlen aus der Kraftverkehrswirtschaft 1966/67, 31. Folge, Frankfurt a.M. 1967, S. 187.)

rekt oder indirekt gefördert. Ein von NIESCHLAG zitierter Ausspruch von JULIUS HIRSCH, daß es keinen wirklichen Automarkt gegeben habe, bevor es nicht gelungen war, den Gebrauchtwagenmarkt zu organisieren, wird damit verständlich.¹⁾

2. Der Gebrauchtwagen als Absatzförderungsinstrument

Die dargestellte Bedeutung des Gebrauchtwagenhandels für den Neuwagenabsatz macht die Förderung der vorzeitigen Kraftfahrzeugersetzung durch den schnellen Wechsel der Produktqualitäten und Bauformen verständlich, der - wie beschrieben - den Kraftfahrzeughaltern, durch die Werbung wirksam unterstützt, den Eindruck des vorzeitigen Verschleißes der jeweiligen Vormodelle suggeriert.

Die volle Wirksamkeit des Prinzips des vorzeitigen Ersatzes wird jedoch nur dann erzielt, wenn für die angebotenen Gebrauchtwagen schnell und zu günstigen Bedingungen Wiederkäufer gefunden werden. Die außerhalb des Neuwagenhandels gegebenen Verkaufsmöglichkeiten für die Gebrauchtwagenanbieter entsprechen wegen ihrer spezifischen Schwierigkeiten, Risiken oder preislichen Nachteile diesen Voraussetzungen nur unvollkommen. Auch bleiben bei diesen Verkaufswegen die Art und der Zeitpunkt der Ersetzung außerhalb des Einflusses des Neuwagenhandels. Der Händler bietet deshalb seinerseits zur Förderung des vorzeitigen Ersatzes und der Kundentreue die Inzahlungnahme, d.h. die direkte Verwertung des Gebrauchtwagens im Zuge der Ersatzbeschaffung an, die den Neuwagenkäufer jeglicher Sorgen um das weitere Fahrzeugschicksal enthebt. Für zahlreiche Kraftfahrzeughalter ist die problemlose Hingabe des Vorwagens als Teil des Kaufpreises heute eine wesentliche Vorbedingung für den vorzeitigen Kraftfahrzeugersatz geworden. Das gilt um so mehr, als der Händler zur Förderung des Neuwagenverkaufes im Hinblick auf den Erlös am Neuwagen vielfach zu preislichen Zugeständnissen bereit ist. Die Inzahlungnahme erweist sich dadurch als ein wirksames Instrument der Verkaufsförderung.

¹⁾ NIESCHLAG, Robert: a.a.O., S. 105.

Der Neuwagenverkauf wird, was die Händler häufig übersehen, auch durch den Wiederabsatz der in Zahlung genommenen Gebrauchtfahrzeuge unterstützt. Dies verdeutlicht die große Zahl von rund 426.000 Personenwagenkäufern, die z.B. 1965 im Zuge günstiger Kaufkraftentwicklung vom Gebrauchtwagen auf einen Neuwagen umwechselte.¹⁾ Mit dem Verkauf von Gebrauchtwagen, die in starkem Umfang zur Erstmotorisierung dienen, wie der 46 %ige Erstkäuferanteil an den Gebrauchtwagenkäufern im gleichen Jahr gegenüber einem nur 18 %igen Anteil bei Neuwagenkäufen zeigt²⁾, besteht für den Neuwagenhandel also eine wertvolle Möglichkeit, zukünftige potentielle Neuwagenkäufer anzusprechen und an den Betrieb zu binden³⁾. Es ist HASSINGER deshalb grundsätzlich zuzustimmen, daß der Handel mit Gebrauchtwagen eine wichtige Ergänzung des Neuwagengeschäftes darstellt.⁴⁾

B. Gebrauchtwagenprobleme im Neuwagenhandel

1. Gründe für die Entstehung der Händlerprobleme

Nach der Schilderung als wirksames Steuerungsinstrument des Neuwagenabsatzes muß es widersprüchlich erscheinen, wenn Neuwagenhandel und -industrie in bezug auf den Gebrauchtwagen von schwerwiegenden Problemen sprechen. So heißt es schon 1929 in den Mitteilungen des Reichsverbandes des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes: "Wenn die Verschiedenheit und Anzahl der vorgeschlagenen und angewendeten Heilmittel als Maßstab für die Schwere einer Erkrankung gelten darf, dann muß der gebrauchte Wagen so ungefähr als das ernsteste und bösartigste Leiden angesehen werden, von welchem eine große Industrie jemals befallen wurde"⁵⁾.

Die verbreitete ablehnende Einstellung gegenüber dem Gebrauchtwagenankauf zum Zwecke des Neuwagenabsatzes fußt zunächst darauf, daß der Neuwagenhändler ge-

¹⁾ Repräsentativbefragung I, 1965.

²⁾ Ebenda.

³⁾ Vgl. KOCH, Waldemar: Grundlagen und Technik des Vertriebes, Bd. II, a.a.O., S. 314.

⁴⁾ HASSINGER, Johanna: a.a.O., S. 23.

⁵⁾ Mitteilungen des Reichsverbandes des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes: Ein wichtiges Hilfsmittel im Altwagengeschäft, Halle (Saale) 1929, S. 1239 f., bes. S. 1239.

genüber dem rücknahmefreien Verkauf nur einen Teil des Kaufpreises in bar, den Rest jedoch in Form eines schnell an Wert verlierenden Geldsurrogates erhält. Zwar liegen für die deutschen Marktverhältnisse keine Angaben über die durch Inzahlungnahme durchschnittlich verringerten Bareinnahmen vor, einen Eindruck von ihrer Bedeutung vermitteln jedoch folgende für den Personenkraftwagenmarkt der USA ermittelte Zahlen für die Jahre 1960 bis 1964.

Tabelle 8 Verhältnis von Preis und Barerlös beim Verkauf neuer Personenwagen in den USA ¹⁾

Jahr	Durchschnittspreis (\$)	Durchschnittserlös in bar (\$)	Barerlös in % des Preises
1960	3010	2020	67
1961	2830	1980	70
1962	2990	2180	73
1963	3130	2310	74
1964	3140	2300	73

Sie zeigen, daß die durchschnittliche Bareinnahme beim Verkauf eines neuen Personenwagens als Folge der Gebrauchtwagenanrechnung im Jahre 1964 z.B. um 840 Dollar unter dem durchschnittlichen Neuwagenpreis lag, was etwa dem Durchschnittswert der im gleichen Jahr umgesetzten Gebrauchtfahrzeuge entsprach. Da sich dieser Mittelwert auf die Gesamtverkäufe einschließlich der rücknahmefreien Geschäfte bezog, ergaben sich speziell für die Eintauschgeschäfte noch wesentlich niedrigere Barerlöse. Im Einzelfall gilt dies insbesondere für die Inzahlungnahme hochwertiger jüngerer Gebrauchtwagen. Hier machen die Bareinnahmen häufig nur noch einen geringen Bruchteil der Neuanschaffungswerte aus.

Die nur teilweise Verflüssigung des Neuwagenpreises deutet an, daß der Erfolg von Neuwagenverkäufen, bei denen ein Gebrauchtwagen in Zahlung genommen wird, für den Neuwagenhändler endgültig erst mit der Wiederveräußerung der eingetausch-

¹⁾ Automobile Manufacturers Association, Inc.: Automobile Facts and Figures, Detroit, Washington, New York 1966, S. 46.

ten Gebrauchtwagen feststeht. Sie zerfallen also gegenüber dem rücknahmefreien Verkauf in zwei miteinander gekoppelte Geschäfte, die Neuwagenveräußerung und den An- und Verkauf eines Gebrauchtwagens, und bewirken dadurch - wie ausführlich zu zeigen sein wird - eine wesentliche Ausweitung der Funktionen und Risiken des Neuwagenhandels.

Unter den heutigen entwickelten Marktverhältnissen, in denen die überwiegende Zahl der Neuwagenkäufer bereits ein Fahrzeug besitzt, das sie im Zuge der Ersatzbeschaffung veräußern will, fallen die geschilderten Nachteile besonders stark ins Gewicht. Das gilt um so mehr, als die Bereitschaft des Neuwagenhandels, Gebrauchtwagen in Zahlung zu nehmen, heute eine unabdingbare Voraussetzung für einen ausreichenden Neuwagenabsatz darstellt. Die Inzahlungnahme ist dadurch auch für die Herstellerwerke von größter absatzstrategischer Bedeutung, zumal die für einen erfolgreichen Wettbewerb mit den Konkurrenten notwendigen kostenoptimalen Herstellungsbedingungen durch die hohe Kapitalintensität der Kraftfahrzeugproduktion erst bei hohen Fertigungszahlen erreicht werden.¹⁾

Für die Durchsetzung der dargestellten Expansionswünsche der Hersteller bedurfte es in der ersten Nachkriegszeit außerhalb der beschriebenen Modellpolitik und ihrer Unterstützung durch die Werbung keiner besonderen Maßnahmen der Kfz-Industrie, da die Neuwagennachfrage wegen des hohen Nachholbedarfes die Produktionsmöglichkeiten weit überstieg. Wegen des unzureichenden, sich in monatelangen Lieferfristen äußernden Neuwagenangebotes waren Gebrauchtwagen sogar so begehrt, daß ihr Angebot zur Anrechnung auf den Neuwagenkauf vom Handel teilweise zur Bedingung gemacht wurde.

Diese Situation wandelte sich mit der zunehmenden Sättigung des Marktes sowie der fortschreitenden Erweiterung der Produktionskapazitäten grundlegend. So begann bei zunächst weiterhin günstigen Absatzaussichten ein immer härterer Kampf um die Marktanteile, der verschärft durch die 1966 eintretenden Rezessionserscheinungen in der Wirtschaft auf ein zunehmendes Neufahrzeugüberangebot auf dem

¹⁾ Vgl. STEINWEG, Waltraud: Die Preisentwicklung und Preisbildung auf dem westdeutschen Markt für Personenkraftwagen als Beispiel einer Oligopolpreisbildung, Verkehrswissenschaftliche Forschungen, Hrsg. Schmitt, Alfons, Heft 9, München 1953, S. 97.

deutschen Markt hinauslief. Es konnte nur mittels großzügiger und in hohem Umfang durchgeführter Inzahlungnahmen, die das Gebrauchtwagengeschäft immer stärker in den Blickpunkt des Neuwagenhandels rückten, abgesetzt werden.¹⁾

Der geschichtliche Rückblick offenbart für den Neuwagenhandel einen entsprechenden Bedeutungswandel des Gebrauchtwagengeschäftes in der zweiten Hälfte der zwanziger Jahre. Es gewann hier nach zunächst guten Neuwagenverkaufsmöglichkeiten durch übermäßig ausgedehnte Produktionskapazitäten und den Einbruch der Wirtschaftskrise ebenfalls absatzentscheidende Bedeutung.

Die zunehmenden Erschwernisse für den Neuwagenverkauf veranlaßten die Fahrzeughersteller schon in der damaligen Situation, mittels Abnahmeverpflichtungen Absatzdruck auf die Verkaufsorgane auszuüben. Auch heute werden von dem durch enge vertragliche und finanzielle Bindungen in seiner Selbständigkeit und Dispositionsfreiheit stark eingeschränkten Neuwagenhandel²⁾ Verkaufsquoten gefordert, die es notwendig machen, in hohem Umfang Gebrauchtwagen in Zahlung zu nehmen. Hinzu kommt, daß die viertel-, halb- und häufig sogar ganzjährig vereinbarten Abnahmekontingente auf eine Verlagerung des Konjunkturrisikos auf die Handelsstufe hinauslaufen, die bei unvorhergesehenen Nachfragerückgängen einen zusätzlichen Absatzdruck zur Folge haben. Er ergibt sich auch daraus, daß die Industrie ihre Abnahmeforderung in Form des sogenannten 'Bundesdurchschnitts' auf die Absatzerwartungen für den Gesamtmarkt abstellt, so daß eine angemessene Berücksichtigung der Besonderheiten der jeweiligen regionalen Markt- und Händlersituationen vielfach unterbleibt. Ebenso können die Absatzwünsche der Produzenten die für den gleichen Zeitraum geplanten Absatzmaßnahmen der konkurrierenden Hersteller und Händler nur ungenügend berücksichtigen.³⁾ Das allgemeine Streben, einen erreichten Marktanteil zu erhalten und soweit wie möglich weiter auszudehnen, führt dadurch insbesondere bei zunehmender Sättigung des Marktes zwangsläufig zu einem Neuwagenüberangebot, das durch die überhöhten Abnahmekontingente auf die Händlerebene verlagert wird. Der Präsi-

¹⁾ Kraftfahrzeug-Anzeiger: Verkaufen ist alles! Ist Verkaufen alles? 17. Jahrg., Nr. 23, Krefeld 1964, S. 8-11, bes. S. 8.

²⁾ Vgl. GUTENBERG, Erich: a.a.O., S. 157.

³⁾ Vgl. SCHNEIDER, Kurt: Die Hauptprobleme des Kraftfahrzeugabsatzes in Deutschland, Diss., Hamburg 1933, S. 29.

dent des Zentralverbandes des Kraftfahrzeughandels, SPAHR, stellt deshalb fest, "ich werde mich nie damit abfinden können, daß ... für die Bewertung der Leistungen eines Händlers nur der berüchtigte Bundesdurchschnitt herangezogen wird".¹⁾

Die Gefahr überhöhter Neuwagenabnahmen droht auch in modellpolitischer Sicht, denn die strikte Geheimhaltung neuer Modellvarianten durch die Hersteller erschwert die rechtzeitige beschaffungsmäßige Anpassung an die sich verschlechternde Absatzlage für die Auslauftypen. Die Hersteller machen die Lieferung gängiger Neufahrzeuge darüber hinaus vielfach von der gleichzeitigen Abnahme weniger begehrter Modelle abhängig. So belieferten z.B. die Lloyd-Werke in den letzten Jahren ihres Bestehens ihre Händler mit Fahrzeugen des begehrten Typs 'Arabella' nur bei gleichzeitiger Übernahme des schwerer verkäuflichen Lloyd-Alexander.²⁾ Verschiedene Händler erhielten auch nur Lloyd-Alexander zugeteilt.

Ein zusätzlicher indirekter Zwang, den Neuwagenabsatz auszudehnen und zu diesem Zweck verstärkt Gebrauchtwagen in Zahlung zu nehmen, resultiert aus der latenten Existenzbedrohung des Handels durch die Kurzfristigkeit der abgeschlossenen Händler- bzw. Vertreterverträge, deren häufig nur einjährige Laufdauer in Widerspruch zu den langfristigen Investitionsforderungen der Hersteller steht. Die Industrie verstärkt diesen Druck noch dadurch, daß sie mit der Ausdehnung des Händler-netzes, die am Wachstum der Händlerzahlen von rund 6500 im Jahre 1964³⁾ auf 9500 im Jahre 1968⁴⁾ deutlich wird, eine Wettbewerbsverschärfung fördert⁵⁾, die auf einzelnen regionalen Teilmärkten zu deutlichen Übersetzungserscheinungen geführt hat. So werden, um nur ein Beispiel zu nennen, allein im beschränkten West-Berliner Raum von 12 verschiedenen Händlerfirmen Simca-Fahrzeuge angeboten.⁶⁾

1) SPAHR, Emil; Rückblick und Ausblick ohne Illusionen zum Jahreswechsel 1959/60, ZDK-Mitteilungen, 1960, S. 1 f, bes. S. 1.

2) ZDK-Mitteilungen, Ausdehnung des Händlernetzes durch die Fabriken, 1962, S. 15 f. bes. S. 15.

3) BARTSCH, Herbert (Hrsg.): Autohaus-Branchenspiegel, München 1965, S. 5.

4) Lt. Auskunft des Zentralverbandes des Kraftfahrzeughandels, Frankfurt.

5) Vgl. ZDK-Mitteilungen: Ausdehnung des Händlernetzes durch die Fabriken, 1961, S. 197 f, bes. S. 197; ZDK-Mitteilungen: Ausdehnung des Händler-netzes durch die Fabriken, 1962, S. 15 f u. Kraftfahrzeug-Anzeiger: a.a.O., S. 8 f.

6) Lt. Auskunft des Verbandes des Kraftfahrzeughandels, Berlin.

Trotz der fortgeschrittenen Marktlage und des auf den Handel ausgehenden starken Absatzdruckes sind die veröffentlichten Angaben über den Umfang der Inzahlungnahmen vielfach überhöht. Dies gilt auch für den Zentralverband des Kraftfahrzeughandels, der von Eintauschgeschäften bei mindestens 80 % der Neuwagenkäufe berichtet. ¹⁾ SCHLAGHECKEN und der Auto-Markt geben für den Pkw-Verkauf sogar einen durchschnittlichen Anteil von 80 - 90 % an. ²⁾ Tatsächlich betrug 1966 die Quote der auf Neuwagenverkäufe in Zahlung genommenen Fahrzeuge innerhalb der Verkaufsorganisationen der vier größten deutschen Pkw-Hersteller nur zwischen 38 % und 60 %, wie aus der folgenden Aufstellung hervorgeht.

Tabelle 9 Auf 100 neue Personenwagen in Zahlung genommene Gebrauchtwagen ³⁾
(1966)

Hersteller	Inzahlungnahmen
Volkswagenwerk AG	55
Adam Opel AG	60
Ford-Werke AG	59
Daimler-Benz AG	38

Der niedrige Prozentsatz bei Daimler-Benz ergab sich aus der günstigen Wettbewerbslage dieses Werkes, die diesem im Pkw-Sektor eine zurückhaltende Anrechnung von Gebrauchtfahrzeugen erlaubte. Der Anteil der Eintauschgeschäfte, der im Jahre 1962 noch 29,1 % betrug, was etwa dem Branchendurchschnitt zu Beginn der fünfziger Jahre entsprach, hat jedoch auch bei der Daimler-Benz AG in den letzten Jahren zugenommen. ⁴⁾ Bei einzelnen, vor allem ausländischen Fabrikanten stieg er auch über die Werte der Tabelle 9 hinaus.

¹⁾ Zentralverband des Kraftfahrzeughandels; Bericht über das Geschäftsjahr 1964/65, ZDK-Mitteilungen, 1965, S. 59-87, bes. S. 72.

²⁾ SCHLAGHECKEN, A.: a.a.O., S. 154.

³⁾ Lt. Auskunft der angeführten Herstellerwerke.

⁴⁾ Lt. Auskunft der Daimler-Benz AG, Stuttgart-Untertürkheim.

Wesentliche Abweichungen von den dargestellten Durchschnittswerten ergeben sich auch zwischen den einzelnen Fahrzeugtypen und Größenklassen. Dies sei im folgenden am Beispiel der Eintauschquoten von Gebrauchtwagen (einschließlich zur Vermittlung übernommener Kraftfahrzeuge) auf neue Ford-Personenwagen gezeigt, die sich im Zeitraum Januar bis Oktober 1966 ergaben.

Tabelle 10 Eintauschquoten von Gebrauchtfahrzeugen und Anteile der Erstkäufer beim Verkauf neuer Personenwagen durch Ford-Händler (%) ¹⁾
(Januar bis Oktober 1966)

Neuwagen-Typ	Eintauschquoten	Erstkäuferanteil
12 M	66,4	28,4
15 M	77,9	17,8
17 M	76,1	16,1
20 M	82,2	9,5
20 MTS	82,7	10,1

Entsprechend der mit zunehmender Fahrzeuggröße abnehmenden Erstkäuferanteile, die zeigen, daß sich die angedeuteten Sättigungstendenzen auf dem Kraftfahrzeugmarkt in den höheren Fahrzeugklassen am stärksten bemerkbar machen, steigen die Eintauschquoten von 66,4 beim 12 M bis 82,7 % beim 20 MTS.

Auch regional sind zum Teil erhebliche Differenzen von den ermittelten Durchschnittswerten zu beobachten. So werden z.B. gebrauchte Personen- und Kombinationskraftwagen in den Großstädten durch die hier gegebene gute private Veräußerlichkeit in wesentlich geringerem Umfang in Zahlung gegeben als in kleineren Städten oder auf dem Lande. Im Jahre 1965 lag der Anteil bei neuen Volkswagen 1200/1300 in Frankfurt am Main beispielsweise nur bei etwa 25 %. ²⁾

Unterschiedliche Eintauschwerte ergeben sich ebenso im Zeitablauf. So werden zur Absatzförderung in den Wintermonaten und bei konjunkturellen Rückschlägen ebenso wie zur Einführung neuer Fahrzeugtypen in der Regel verstärkt Gebrauchtwagen in Zahlung genommen.

¹⁾ Lt. Auskunft der Ford-Werke AG, Köln.

²⁾ Lt. Auskunft der Volkswagenwerk AG, Wolfsburg.

Auf dem Nutzfahrzeugmarkt, auf dem die Diskrepanz zwischen Produktions- und Absatzmöglichkeiten besonders groß ist, entspricht der Anteil der in Zahlung genommenen Gebrauchtfahrzeuge bei kleinen Last- und Lieferwagen ungefähr demjenigen auf dem Pkw- und Kombinationskraftwagenmarkt. So verweist Ford bei seinen Transitmodellen 1966, einschließlich der zur Vermittlung übernommenen Fahrzeuge, auf eine Eintauschquote von 59,7 %. ¹⁾ Bei den Liefer- und Lastkraftwagen von Opel erreichte die Quote der in Zahlung gegebenen Fahrzeuge rund 50 %. ²⁾ Dies gilt auch für das gesamte Nutzfahrzeugprogramm von Daimler Benz. ³⁾ Bei den übrigen Herstellern liegt der Anteil der Anrechnungsgeschäfte zum Teil auch wesentlich höher. Insgesamt ist von einer durchschnittlichen Eintauschquote von etwa 60 % bis 65 % auszugehen.

2. Spezifische Probleme des Gebrauchtwagenankaufes und -verkaufes für den Neuwagenhandel

a) Gebrauchtwagenbeschaffung

Im folgenden sind die spezifischen Gebrauchtwagenhandelsprobleme der Neuwagenhändler unter den geschilderten Verhältnissen in ihrer Wirkung auf den Betriebserfolg näher darzustellen. Dazu sei - wie schon bei der Diskussion der Probleme des 'reinen' Gebrauchtwagenhandels - an die Grundphasen des Leistungsvollzuges angeknüpft.

Zunächst ergibt sich für die Gebrauchtwagenbeschaffung im Zuge der Inzahlungnahme das grundlegende Problem, daß sie primär an den Interessen des Neuwagenabsatzes orientiert ist. Sie erfolgt also nicht - wie beim 'reinen' Gebrauchtwagenhandel - allein zum Zwecke des erfolgreichen Wiederabsatzes. Die sich daraus ergebenden Abweichungen gegenüber den optimalen Beschaffungsbedingungen sind preislicher, mengenmäßiger, sortimentspolitischer und zeitlicher Art.

¹⁾ Lt. Auskunft der Ford-Werke AG, Köln.

²⁾ Lt. Auskunft der Adam Opel AG, Rüsselsheim.

³⁾ Lt. Auskunft der Daimler-Benz AG, Stuttgart-Untertürkheim.

So erwachsen preisliche Schwierigkeiten aus der Beschaffungskonkurrenz der privaten Gebrauchtwagenkäufer, da das Ankaufsangebot des Neuwagenhändlers dem beim privaten Verkauf erzielbaren Zeitwert weitgehend entsprechen muß, wenn er den gewünschten Förderungseffekt für den Neuwagenabsatz erzielen will.¹⁾ Dadurch ist im Anrechnungspreis selbst in günstigen Gebrauchtwagenmarktlagen nur selten eine ausreichende Berücksichtigung der Kosten- und Umsatzsteuerbelastung des Gebrauchtwagenverkaufes möglich. Bei verschärftem Wettbewerb wird sie in der Regel völlig unmöglich gemacht, zumal viele Käufer die Zwangslage der Händler dazu ausnutzen, sie mit dem Ziel der höchsten Inzahlunggabe gegeneinander auszuspielen. Welche Chancen dieses Vorgehen bietet, beweist ein Verkaufstest der DM-Zeitschrift mit einem zweijährigen Personenwagen vom Typ Peugeot 404, für den 1965 bei einer Fahrleistung von 95.000 km Ankaufsangebote zwischen 2.000 DM und nahezu dem Doppelten eingeholt wurden.²⁾

Ein scharfer Wettbewerb bei der Inzahlungnahme von Gebrauchtfahrzeugen ist durch hohe Überkapazitäten und unterschiedliche Verkaufsspannen für Verkaufsniederlassungen und Händler auch auf dem Nutzfahrzeugmarkt entbrannt. Dies betrifft insbesondere das Schwerlastkraftwagengeschäft, in dem Überbewertungen in Höhe von 10 % bis 20 % des Kaufpreises der neuen Fahrzeuge und darüber üblich geworden sind.³⁾ Sie werden auch von zahlreichen Fabrikniederlassungen gewährt, die die überhöhten Inzahlungnahmen zum Teil sogar dadurch fördern, daß sie sich für Geschäfte, die Werksvertreter bzw. -händler wegen überhöhter Eintauschforderungen nicht bereit sind abzuschließen, ausdrücklich das Recht des Selbsteintritts vorbehalten.

Der dargestellte intensive Wettbewerb, der sich im Kraftfahrzeughandel über die Anrechnung von Gebrauchtwagen auf den Neuwagenkauf vollzieht, steht in engem Zusammenhang mit der oligopolistischen Struktur des Neuwagenangebotes, denn auf oligopolistischen Märkten treten anstelle des offenen Preiswettbewerbs verdeckte oder weniger aggressiv empfundene Formen des Konkurrenzkampfes in den Vorder-

¹⁾ Vgl. SCHNEIDER, Kurt: a.a.O., S. 112.

²⁾ DM-Deutsche Mark: Pferdehandel mit einem Auto, 5. Jahrg., Nr. 7, Stuttgart 1965, S. 4-7.

³⁾ Das Autohaus: Gebrauchte Nutzfahrzeuge ein Kapitel für sich, 1967, S. 1441 f, bes. S. 1441.

grund.¹⁾

Die beschriebene Überbewertungskonkurrenz hat zusätzlich mengenmäßige Auswirkungen im Beschaffungsbereich, denn durch sie wird der Umfang der zum Eintausch angebotenen Fahrzeuge künstlich erhöht.

Die spezifischen Schwierigkeiten für die Zusammenstellung eines bedarfsorientierten Gebrauchtwagensortimentes ergeben sich dem gegenüber aus der Zusammensetzung der zum Eintausch angebotenen Fahrzeuge. So dominieren innerhalb des Ankaufsangebotes durch die ausgeprägte Markentreue der Neuwagenkäufer, die 1964 auf dem Pkw-Markt 63 % erreichte²⁾, üblicherweise die Gebrauchtfahrzeuge des vertretenen Fabrikates. Dies bestätigen die in der folgenden Tabelle nach Fahrzeugtypen aufgeschlüsselten Eintauschgeschäfte der Ford-Händler im Jahre 1966.

Tabelle 11 Aufteilung der 1966 auf neue Ford-Pkw in Zahlung bzw. in Vermittlung genommenen Gebrauchtfahrzeuge nach Typen (%)³⁾

angerechnete Gebrauchtwagen	Ford - Neuwagentypen			
	12 M	15 M ⁴⁾	17 M	20 M/MTS
Ford-Wagen	41,0	58,1	55,8	66,8
VW 1200/1300	21,9	17,9	15,2	4,5
Opel Kadett	2,1	3,3	1,4	0,5
VW 1500	1,3	2,3	4,2	3,9
Opel Rekord	4,7	5,2	12,6	12,6
sonstige Wagen	29,0	13,2	10,8	11,7
Insgesamt	100,0	100,0	100,0	100,0

¹⁾ STEINWEG, Waltraud: a.a.O., S. 74.

²⁾ Lt. Ergebnissen einer im Auftrage eines großen deutschen Herstellerwerkes durchgeführten Käuferbefragung aus dem Jahre 1964.

³⁾ Lt. Angaben der Ford-Werke AG, Köln.

⁴⁾ Die Zahlen für den Ford 15 M betreffen nur einen Zeitraum von zwei Monaten und können dadurch noch nicht als repräsentativ für das Gesamtjahr angesehen werden.

Der Anteil der Ford-Fahrzeuge überzog jeweils deutlich diejenigen anderer Fabrikate und schwankte je nach dem verkauften Fahrzeugtyp zwischen 41 % und 66,8 %. Dabei war die Markentreue bei den höherklassigen Fahrzeugen deutlicher ausgebildet als beim Ford 12 M, was sich neben gewissen qualitativen Beanstandungen aus der Grenzposition dieses Typs im Fordprogramm ergab, da sogenannte Klassenwechsler, die vom Kleinwagen auf ein Fahrzeug der unteren Mittelklasse umwechselten, keine Fordprodukte in Zahlung geben konnten.

Die Markentreue der Neuwagenkäufer, die zum Aufbau eines festen Abnehmerstammes für die jeweiligen neuen Modelle gefördert wird, bietet für die Sortimentsbildung im Gebrauchtwagengeschäft – je nach der Größe des Käuferinteresses an den vertretenen Fabrikaten – Vor- oder Nachteile. So wirkt sich die Tatsache, daß verstärkt Gebrauchtwagen des vertretenen Fabrikates in Zahlung genommen werden, im Falle gängiger Fahrzeuge günstig und bei weniger begehrten Fabrikaten ungünstig aus. Dabei wird im letzten Fall die Lage zusätzlich dadurch erschwert, daß die weniger gängigen Fahrzeuge wegen der erschwerten anderweitigen Veräußerungsmöglichkeiten dem Neuwagenhandel sogar in verstärktem Umfang in Zahlung gegeben werden. Auch bei den im Ankaufsangebot in der Regel untervertretenen Konkurrenzfabrikaten, die der einzelne Händler zur Erhaltung und Ausdehnung seines Absatzes akzeptieren muß, ist zu beobachten, daß verstärkt schwer absetzbare Fahrzeuge in Zahlung gegeben werden.

Die Bildung eines zugkräftigen Sortimentes wird darüber hinaus durch die altersmäßige Zusammensetzung der angebotenen Automobile erschwert. So müssen im Zuge der jeweiligen Modellwechsel vorrangig jüngere und teure Gebrauchtwagen in Zahlung genommen werden. Dies verdeutlichen Befragungsergebnisse, nach denen im Jahre 1965 zwei Jahre alte Mittelklassen-Pkw der Fabrikate Opel, Ford und VW von ihren Besitzern zu 58 % über den Neuwagenhandel verkauft wurden ¹⁾, während man im Durchschnitt aller Jahrgänge und Fabrikate – wie dargestellt – nur 38 % der Gebrauchtwagen über den Neuwagenhandel veräußerte. ²⁾ Auch über die Notwendigkeit zur Anrechnung älterer Fahrzeuge mit fünf und mehr Nutzungsjahren, die die

¹⁾ Repräsentativbefragung II, 1965.

²⁾ Repräsentativbefragung I, 1965.

Besitzer anderweitig nicht mehr weiterveräußern können, werden Klagen geführt. Hierzu rechnen auch schrottreife Altfahrzeuge, da sie im Austausch gegen neuere Automobile vielfach höhere Preise erzielen als im Verkauf an den Schrotthandel, der für Automobilschrott nur sehr niedrige Preise bietet, sofern er derartige Altwagen überhaupt annimmt. Im weniger modeabhängigen Nutzfahrzeuggeschäft wird das Gebrauchtwagenangebot sogar vornehmlich durch den Ersatzbedarf für alte Fahrzeuge bestimmt.

Hinzu kommt, daß der allgemeine Erhaltungszustand der zum Eintausch angebotenen Gebrauchtfahrzeuge vielfach schlecht ist. So klagt der Verkaufsleiter eines großen Händlerbetriebes: "80 % der uns angebotenen Gebrauchtwagen befinden sich in einem Zustand, der darauf schließen läßt, daß die Pflege dieser Fahrzeuge vollkommen vernachlässigt wurde" ¹⁾.

Zeitliche Probleme der Beschaffung ergeben sich demgegenüber aus dem Einsatz des Inzahlungnahmementes zum Ausgleich saisonaler und konjunktureller Schwankungen des Neuwagenabsatzes. Auch die verstärkte Anwendung zur Einführung neuer Produkttypen, die zur Belebung des Neuwagenabsatzes häufig im Herbst vorgestellt werden, macht erhöhte Inzahlungnahmen in Zeiten notwendig, in denen für die Gebrauchtwagenbeschaffung Zurückhaltung geboten wäre.

b) Gebrauchtwagenlagerung und -reparatur

Die Auswirkungen der beschriebenen Beschaffungsprobleme zeigen sich im Lagerbereich in Form überhöhter Gebrauchtwagenbestände. Sie werden insbesondere in den Wintermonaten offenbar, in denen die Lager wegen der Absatzmöglichkeiten ungenügend berücksichtigenden Inzahlungnahmen des Handels regelmäßig stark anschwellen.

Die in Abbildung 9 ausgewiesene durchschnittliche Verweildauer von Gebrauchtfahrzeugen bei Fordhändlern im Jahre 1966 war im Januar und Februar sowie in den Monaten Oktober, November und Dezember, in denen sie in einzelnen Dekaden bis zu 47 Ausstellungstage ausmachte, dementsprechend auch deutlich länger als in den Frühlings- und Sommermonaten, denn hier betrug sie im Durchschnitt nur zwi-

¹⁾ Das Autohaus, 1963, S. 963.

schen 25 und 30 Tagen.

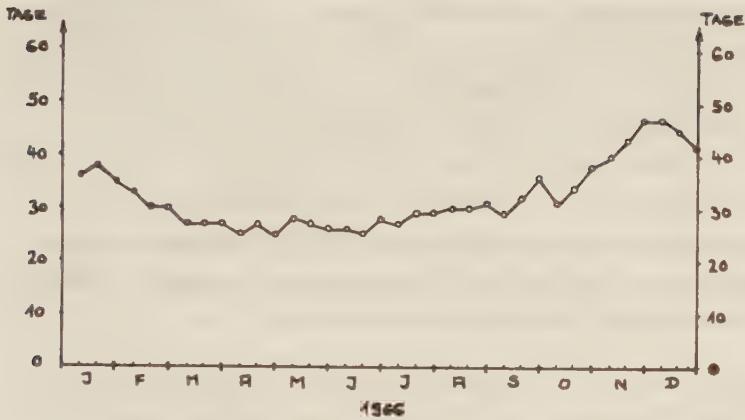


ABBILDUNG 3

VERWEILDauer VON GEBRAUCHTFAHRZEUGEN BEI FÖRÖHÄNDELERN IN
AUSSTELLUNGSTAGEN IM JAHRESVERLAUF 1966⁴

Infolge der in den letzten Jahren zu beobachtenden ständigen Ausweitung der Gebrauchtwagenbestände wird in der Kraftfahrzeugwirtschaft entsprechend der von der Kohlenkrise her bekannten Erscheinung von 'Gebrauchtwagenhalden' gesprochen.²⁾ Die veröffentlichten Zahlen von 750.000 oder sogar 1000.000 Fahrzeugen, die in den letzten Jahren vor Beginn der Frühjahrssaison vom gewerblichen Kraftfahrzeughandel auf Lager gehalten worden sein sollen³⁾, erscheinen jedoch überhöht. Auch SCHLAGHECKEN weist auf die Umstrittenheit derartiger Angaben hin⁴⁾, denn exakte Erhebungen über die Lagerbestände des gewerblichen Kraftfahrzeughandels sind niemals durchgeführt worden. Es deutet sich jedoch an, welche große finanzielle Belastung diese Entwicklung für den Handel mit sich gebracht hat.

¹⁾ Lt. Auskunft der Ford-Werke AG, Köln.

²⁾ Vgl. BUSCH, Klaus W.: Strukturwandlungen des westdeutschen Automobilmarktes. Ein Beitrag zur Erfassung und Deutung einer industriellen Entwicklungsphase im Übergang vom produktionsorientierten zum marktorientierten Wachstum, Volkswirtschaftliche Schriften, Hrsg.: Broermann, J., Heft 101, Berlin 1965, S. 148 u. ZDK-Mitteilungen: Wohin mit den Gebrauchtwagen?, 1963, S. 5 f, bes. S. 6.

³⁾ Das Autohaus: Gebrauchtwagenkatastrophe?, 1964, S. 667; Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Bericht über das Geschäftsjahr 1964/65, ZDK-Mitteilungen, 1965, S. 59-87, bes. S. 73.

⁴⁾ SCHLAGHECKEN, A.: a.a.O., S. 154.

In bezug auf den einzelnen Neuwagenhändler gibt SCHLAGHECKEN an, daß sich bei einem Neuwagenabsatz von 300 bis 400 Neuwagen pro Jahr das im Gebrauchtwagenlager gebundene Kapital auf etwa 80.000 DM bis 100.000 DM beläuft, während die durchschnittliche Kapitalbindung bei einem kleineren Mittelbetrieb mit einem Jahresabsatz von 200 Neuwagen etwa 50.000 bis 60.000 DM ausmacht.¹⁾ Es verwundert deshalb nicht, daß zahlreiche Händler wegen dieser in den Gebrauchtwagenbeständen gebundenen hohen Beträge über Liquiditätsschwierigkeiten klagen, die vielfach zu zunehmender Verschuldung gegenüber Kreditinstituten und Herstellern geführt haben.²⁾ Die überhöhten Gebrauchtwagenlager verursachen darüber hinaus hohe Lagerkosten, Zins- und Entwertungsverluste.

Anlaß zum Verdruß gibt im Neuwagenhandel auch der hohe Raumbedarf für die in Zahlung genommenen Gebrauchtfahrzeuge, denn dieser fällt gegenüber der für fabrikneue Kraftwagen häufig nur auf Ausstellungs- und Vorführwagen beschränkten Lagerhaltung besonders stark ins Gewicht. Dies wird daran deutlich, daß das Gebrauchtwagenlager heute in der Regel den Hauptteil der Ausstellungsflächen der Händler beansprucht und vielfach deren weitere Ausdehnung erzwingt.³⁾

Zusätzliche Probleme ergeben sich aus der Durchführung von Reparaturen an gebrauchten Kraftfahrzeugen. Sie erweisen sich in den Kundendienstwerkstätten wegen der hier für den Neuwagenservice erforderlichen aufwendigen Investitionen vielfach als zu teuer für eine erfolgreiche Wiederveräußerung. Dies gilt wegen der mangelnden Spezialkenntnisse und der fabrikatsmäßigen Spezialisierung der Werkstätten vor allem auch für Fremdfabrikate. Darüber hinaus sind Gebrauchtwagenreparaturen im Falle der Werkstattauslastung mit Kundendienstaufträgen ein Kapazitätsproblem, da reparaturbedürftige Gebrauchtfahrzeuge zur Minimierung des Zeitraumes, in dem sie für den Verkauf nicht bereit stehen, einer sofortigen Instandsetzung bedürfen. Der Vorschlag von HASSINGER, Gebrauchtwagenreparaturen als Beschäftigungsausgleich durchzuführen, hat dadurch nur geringen praktischen Wert.⁴⁾

¹⁾ Vgl. SCHLAGHECKEN, A.: a.a.O., S. 156.

²⁾ Ebenda: S. 155.

³⁾ Vgl. Auto-Markt: Gebrauchtwagen immer schwerer abzusetzen, 54. Jahrg., Würzburg 1964, S. 915 f u. S. 937, bes. S. 916.

⁴⁾ HASSINGER, Johanna: a.a.O., S. 24.

c) Gebrauchtwagenabsatz

Der Ankauf von Gebrauchtwagen zur Förderung des Neuwagenabsatzes kann seine Aufgabe nur dann nachhaltig erfüllen, wenn die eingetauschten Gebrauchtwagen ohne große Schwierigkeiten ihre Zweit- oder Drittkäufer finden.¹⁾ Ihre Wiederveräußerungsmöglichkeiten bedürfen deshalb in ihren Auswirkungen auf die Erfolgssituation des Neuwagenhändlers besonderer Beachtung.

Der Neuwagenhändler weist gegenüber dem 'reinen' Gebrauchtwagenhandel, obwohl er von den Vorwürfen oberflächlicher Instandsetzung, unlauterer Werbemethoden, des Vermittlungsschwindels zur Umsatzsteuereinsparung und ähnlichen Praktiken keineswegs frei ist, zunächst einen wertvollen Vertrauensvorteil auf. Dies zeigt sich in den angeführten Stellungnahmen von Käufern zwei Jahre alter Mittelklassen-Pkw der Fabrikate VW, Ford und Opel, die befragt wurden, welchem der folgenden sechs Gebrauchtwagenanbieter sie am meisten vertrauten.

Tabelle 12 Vertrauen von Gebrauchtwagenkäufern zu Anbietern von Gebrauchtwagen²⁾

Anbieter	größtes Vertrauen %
Neuwagenhändler mit Gebrauchtwagenabteilung	55
großer Gebrauchtwagenhändler	5
kleiner Gebrauchtwagenhändler ("an der Ecke")	1
Tankstelle	1
Privatperson über Kleinanzeige	12
Verwandte und Bekannte	26
kein Anbieter genannt, würde keinen ausschließen	--
Insgesamt	100

¹⁾ NIESCHLAG, Robert: a.a.O., S. 107.

²⁾ Repräsentativbefragung II, 1965.

Mit 55 % wurden Neuwagenhändler eindeutig am häufigsten genannt. Es folgten die privaten Verkäufer mit 38 %, wobei Verwandte und Bekannte 26 % und sonstige private Anbieter 12 % erreichten, während auf 'reine' Gebrauchtwagenhändler und Tankstellen zusammen nur ein Anteil von 7 % entfiel. Beim Neuwagenhandel standen unter den in Tabelle 13 näher ausgewiesenen Vertrauensgründen die angebotenen Kundendienste und Reparaturmöglichkeiten sowie das reelle und ehrliche Geschäftsgebahren im Vordergrund, deren große Absatzbedeutung schon bei den Problemen des 'reinen' Gebrauchtwagenhandels aufzeigt wurde.

Tabelle 13 Gründe für das Vertrauen von Gebrauchtwagenkäufern zu bestimmten Anbietern ¹⁾

Vertrauensgründe	Neuwagen- händler %	Privat über Kleinanzeige %	Verwandte Bekannte %
Kundendienst, Reparaturen	25	--	--
reell, ehrlich	20	22	26
preisgünstig	15	47	7
Kulanz bei Schäden	13	--	4
Fahrzeuge sind einwandfrei	13	21	21
fachkundig	13	2	4
Vertrauen	12	10	20
große Auswahl	7	--	--
persönliche Beziehungen	4	11	43
allgemeine Gründe u. sonstiges	10	13	6
Insgesamt	132	126	131

Die gute Vertrauensposition des Neuwagenhandels, die durch den Ruf der jeweiligen Neuwagenvertretung gefördert wird, erleichtert den Gebrauchtwagenverkauf gegenüber dem 'reinen' Gebrauchtwagenhandel. Auch die beschaffungsbedingte weitgehende Spezialisierung auf Gebrauchtwagen des vertretenen Fabrikates erweist sich, abgesehen von den dargestellten Verkäuflichkeitsunterschieden, insofern als vorteilhaft, als der Händler für diese Fahrzeuge für besonders fachkundig angesehen wird. Aus diesen Gründen ist die Verkaufswerbung für die Gebrauchtwagen des eigenen Fabrikates in der Regel auch weniger dringlich als für Fahrzeuge anderer Marken, deren Wiederabsatz durch die unzureichende Vertretung im Sortiment und die Konkur-

¹⁾ Repräsentativbefragung II, 1965.

renz der jeweiligen Fremdfabrikathändler erschwert wird.

Den beschriebenen Vertrauensvorteilen stehen die durch die zwangsläufig unvollkommene Ausführung der Beschaffungsaufgaben ausgelösten Absatzprobleme gegenüber. So sind die im Zuge des laufenden Modellwechsels bevorzugt in Zahlung genommenen jüngeren Gebrauchtwagen durch ihre Preisnähe zu den Neufahrzeugen oft nur schwer absetzbar. Das gleiche gilt für ältere Gebrauchtwagen, die sich wegen ihrer geringen Begehrtheit im Neuwagenhandel vielfach sogar als unverkäuflich erweisen. Sie müssen deshalb häufig unter hohen Verlusten an den reinen Gebrauchtwagenhandel oder sogar an Ausschachtungsunternehmen bzw. den Schrotthandel abgestoßen werden.

Ebenso wirkt sich der schlechte Erhaltungs- und Pflegezustand der angebotenen Gebrauchtwagen verkaufshemmend aus, wie die in Tabelle 13 gegenüber dem Privatkauf deutlich geringer ausgeprägte Käufermeinung über den Bezug einwandfreier Gebrauchtfahrzeuge vom Neuwagenhandel andeutet.

Viele Nachfrager hegen auch Befürchtungen, vom Neuwagenhandel wegen der dargelegten Inzahlungnahmepolitik sowie der Kosten- und Umsatzsteuerbelastung zu teuer einzukaufen. Dieser sich auch auf die traditionellen Standorte des Neuwagenhandels in den teuren Citylagen beziehende Einwand¹⁾ kann ebenfalls indirekt aus Tabelle 13 abgelesen werden, denn nur 15 % der befragten Gebrauchtwagenkäufer gegenüber 47 % beim Kauf über eine Privatanzeige heben die preisgünstige Einkaufsmöglichkeit beim Neuwagenhandel als Kaufgrund hervor. Dabei ist zu berücksichtigen, daß sich dieses Verhältnis seit Einführung der Mehrwertsteuer weiter zu ungunsten des Neuwagenhandels verschoben hat.

Bei Vollkostenkalkulation müßten die Gebrauchtwagenpreise des Neuwagenhändlers in der Tat beträchtlich über den herrschenden Marktpreisen liegen. Dies hätte jedoch lange Lagerzeiten, eine übermäßige Kapitalbindung sowie hohe Zins- und Entwertungsverluste zur Folge. Der Neuwagenhändler sieht sich deshalb dazu gezwungen, seine Verkaufspreise an das herrschende Gebrauchtwagenpreisniveau weitgehend anzupassen, um den für einen kontinuierlichen Neuwagenabsatz erforderlichen Gebrauchtwagenabfluß sicherzustellen. Er zieht so in der Regel den abgrenzbaren

1) Vgl. SCHLAGHECKEN, A.: a.a.O., S. 157.

Verlust durch Ansetzung realisierbarer Verkaufspreise den sich bei Vollkostenkalkulation ergebenden höheren Verlusten der stehenden Verkaufsobjekte vor.

Besonders ausgeprägt sind im Neuwagenhandel auch die saisonalen und konjunkturellen Probleme des Gebrauchtwagenabsatzes. So können die in den Wintermonaten zur Aufrechterhaltung eines ausreichenden Neuwagenabsatzes in den Betrieb fließenden Gebrauchtwagen trotz preislichen Entgegenkommens häufig erst nach einer längeren Lagerdauer wieder veräußert werden. Die gleichen Schwierigkeiten ergeben sich für den Wiederabsatz der im Zuge konjunktureller Rückschläge des Neuwagengeschäftes verstärkt in Zahlung genommenen Gebrauchtwagen. Es kann HASSINGER deshalb nicht zugestimmt werden, daß das Gebrauchtwagengeschäft dem Neuwagenhändler eine Möglichkeit des Risikoausgleiches bietet.¹⁾ Als historischer Beweis dienen die Marktverhältnisse während der Wirtschaftskrise von 1929 bis 1933, in der die Verluste im Gebrauchtwagengeschäft zu reihenweisen Händlerzusammenbrüchen führten. Auch im Zuge der jüngsten Absatzkrise stand der Gebrauchtwagen durch die Notwendigkeit verstärkter Inzahlungnahmen im Mittelpunkt der Sorgen und der Verkaufsbemühungen des Neuwagenhandels. So wiesen z.B. die Fordhändler von Januar bis Oktober 1967 bei einem um 19,6 % unter dem Vorjahresergebnis liegenden Neuwagenabsatz um 2,8 % erhöhte Gebrauchtwagenauslieferungen auf.²⁾

In den letzten Jahren erwuchsen dem Neuwagenhändler weitere Absatzerschwernisse daraus, daß auch eine zunehmende Zahl von Gebrauchtwagenkäufern den Wunsch äußerte, ihren gebrauchten Vorwagen in Zahlung zu geben. Dies hatte eine zusätzliche Ausdehnung der Funktionen und Risiken des Neuwagenhandels zur Folge. Nach Befragungsergebnissen wurden schon 1964 bei 15 % aller Gebrauchtwagenverkäufe andere Gebrauchtwagen in Zahlung genommen.³⁾ Diese Quote ist nach Auskünften aus Händlerkreisen inzwischen auf etwa 20 % angewachsen. Der vom Zentralverband des Kraftfahrzeughandels im Geschäftsbericht 1963/64 angegebene Anteil von 58 %⁴⁾,

¹⁾ HASSINGER, Johanna: a.a.O., S. 23.

²⁾ Lt. Auskunft der Ford-Werke AG, Köln.

³⁾ Repräsentativbefragung 1964.

⁴⁾ Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Bericht über das Geschäftsjahr 1963/64, ZDK-Mitteilungen 1964, S. 50-80, bes. S. 65.

der selbst die amerikanischen Marktverhältnisse mit einer Eintauschquote von rund 50 % überstiege ¹⁾, wird jedoch in keinem Falle erreicht.

Einen näheren zahlenmäßigen Einblick in die Lage des Gebrauchtwagen-geschäftes des Neuwagenhandels unter den beschriebenen Einflüssen gewähren die im folgenden aufgeführten Betriebsvergleichsergebnisse aus der Händlerorganisation eines großen deutschen Herstellerwerkes für Personen-Kombinations- und leichte Lastkraftwagen aus dem Jahre 1966 ²⁾.

Tabelle 14 Anteile der Erlösarten am Gesamterlös der Neuwagenhändler ³⁾ im Jahre 1966 nach Größenklassen

Erlösarten	Größenklassen				insgesamt
	unter 300	301-650	651-1300	über 1300	
	Neuwagen im Jahr				
Neuwagenverkauf	66,0	68,5	69,5	67,9	68,4
Gebrauchtwagen- verkauf	14,0	12,7	12,2	11,6	12,3
Ersatzteilverkauf	10,6	11,7	10,9	12,9	11,6
Werkstatterlös (ohne Teile)	7,6	6,7	6,4	6,6	6,6
Sonstige Erlöse (Tankstellen o.ä.)	1,8	1,0	1,0	1,0	1,1
Insgesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Nach der vorstehend ausgewiesenen Erlösstruktur der am Betriebsvergleich beteiligten 363 Händler belief sich der wertmäßige Anteil der Gebrauchtwagenverkäufe an den gesamten Umsätzen im Durchschnitt auf 12,3 %. Er fällt innerhalb der ausgewiesenen vier Umsatzgruppen von 14 % bei den kleinen Händlern unter 300 Neuwagen im Jahr auf 11,6 % in der Gruppe der großen Händler, die über 1300 Neuwagen umsetzten. Die kleineren Händler beteiligten sich also in etwas stärkerem Umfang am Gebrauchtwagengeschäft als größere Betriebe.

¹⁾ KATONA, George: a.a.O., S. 301.

²⁾ Diese und die folgenden Angaben lt. vertraulichen Auskünften gegenüber dem Verfasser.

³⁾ eines großen deutschen Herstellerwerkes

Tabelle 15 Anteile der Fahrzeugarten an der Zahl der durch Neuwagenhändler ¹⁾ verkauften Gebrauchtwagen im Jahre 1966 nach Größenklassen

Fahrzeugarten	Größenklassen unter 300 301 - 650 651 - 1300 über 1300 Neuwagen im Jahr				insgesamt
Vorfürhswagen	6	5	5	7	5
angekaufte Fahrzeuge	66	74	70	83	75
vermittelte Fahrzeuge	28	21	25	10	20
Insgesamt	100	100	100	100	100

Die mengenmäßige Aufgliederung der Gebrauchtwagensumsätze nach Vorfürhswagen, angekauften Gebrauchtwagen und vermittelten Fahrzeugen in Tabelle 15 zeigt, daß es sich bei 75 % der veräußerten Fahrzeuge um in Zahlung genommene oder frei angekaufte Fahrzeuge handelte. Durchschnittlich 20 % betrug der Anteil der vermittelten Fahrzeuge, und rund 5 % der verkauften Gebrauchtwagen waren Vorfürhswagen. Dabei sind hinsichtlich der größenmäßigen Anteile des Eigen- und des Vermittlungsgeschäftes deutliche Unterschiede in den einzelnen Umsatzgruppen zu beobachten. So lag der Anteil der angekauften Gebrauchtwagen mit 66 % in der kleinsten Händlergruppe wesentlich niedriger als bei den großen Händlern mit 83 %, während sich die Anteile der vermittelten Fahrzeuge mit 28 % bzw. 10 % größenmäßig umgekehrt verhielten. Durch ihre schlechtere Rabattstellung und ihre starke finanzielle Anspannung bemühten sich die kleinen Händler intensiver, einen möglichst großen Teil der für den Neuwagenabsatz erforderlichen Gebrauchtwagengeschäfte auf Vermittlungsbasis abzuschließen. Der Anteil der vermittelten Fahrzeuge war mit 25 % auch bei der drittgrößten Händlergruppe mit 651 - 1300 Neuwagenverkäufen im Jahr relativ hoch, wofür - wie noch näher gezeigt wird - die ungünstige Rentabilitätslage dieser Händler den Ausschlag gab.

¹⁾ eines großen deutschen Herstellerwerkes.

Tabelle 16 Anteile der Abnehmergruppen an der Zahl der durch Neuwagenhändler¹⁾ verkauften Gebrauchtwagen im Jahre 1966 nach Größenklassen

Gebrauchtwagenkäufer	Größenklassen unter 300 301 - 650 651 - 1300 über 1300 Neuwagen im Jahr				insgesamt
Verbraucher	93	86	84	82	85
Wiederverkäufer	4	10	13	14	12
Schrotthändler	3	4	3	4	3
Insgesamt	100	100	100	100	100

Die verschiedenen Wege des Gebrauchtwagenverkaufes zeigt Tabelle 16. Im Durchschnitt aller erfaßten Händler wurden 85 % der gebrauchten Fahrzeuge direkt an Verbraucher, 12 % an Wiederverkäufer und 3 % an den Schrotthandel verkauft. Dabei ergaben sich in bezug auf den Absatz an Verbraucher und Wiederverkäufer zwischen den angeführten Händlergruppen deutliche Unterschiede insofern, als ansteigend von den kleinen Neuwagenhändlern in immer stärkerem Umfang Wiederverkäufer in den Absatz der hereingenommenen Gebrauchtfahrzeuge eingeschaltet wurden. Gegenüber einem Anteil von nur 4 % bei der Händlergruppe unter 300 Neuwagen pro Jahr, veräußerte die Gruppe der größten Händler schließlich 14 % der hereingenommenen Gebrauchtfahrzeuge indirekt über Gebrauchtwagenhändler, Tankstellen u.ä. Der ausgewiesene drei- bis vierprozentige Anteil der als unverkäuflich zur Verschrottung gelangenden Gebrauchtwagen gibt darüber hinaus einen größenmäßigen Anhaltspunkt für den Umfang der beim Neuwagenhandel in Zahlung gegebenen schrottreifen Altfahrzeuge.

Tabelle 17 Brutto-Stückspannen im Gebrauchtwagengeschäft der Neuwagenhändler²⁾ im Jahre 1966 nach Größenklassen

Größenklassen unter 300 301 - 650 651 - 1300 über 1300 Neuwagen im Jahr				insgesamt
31 DM	./. 7 DM	./. 26 DM	90 DM	18 DM

¹⁾ eines großen deutschen Herstellerwerkes.

²⁾ eines großen deutschen Herstellerwerkes.

Einen Anhaltspunkt für den Erfolg im Gebrauchtwagengeschäft der beteiligten Händler gewährt Tabelle 17. Aus den hier ausgewiesenen durchschnittlichen Brutto-Stückspannen wären für eine verlustfreie Wiederveräußerung die anteiligen Handelskosten und die Umsatzsteuer abzudecken gewesen. Im Gesamtdurchschnitt der erfaßten Händler erreichte die Verkaufsspanne jedoch nur 18 DM. Dabei zeigten die Händlergruppen über 1300 Neuwagen und unter 300 Neuwagen im Jahr mit 90 bzw. 31 DM Bruttogewinne, während sich für die beiden anderen Händlergruppen sogar Bruttoverluste ergaben. Überraschend arbeiteten die kleinen Händler günstiger als zahlreiche größere Betriebe, was auf den hohen Anteil des Vermittlungsgeschäftes sowie auf die weniger aufwendigen Investitionen im Gebrauchtwagensektor zurückgeführt werden kann. Dennoch waren in keiner Händlergruppe die ermittelten Stückspannen zur Deckung der Lager- und Verkaufskosten sowie der Umsatzsteuer ausreichend. Nach vertraulichen Angaben des Herstellerwerkes flossen deshalb - je nach Größengruppe - jeweils zwischen 100 DM und 200 DM aus dem Neuwagenrabatt der Händler in das Gebrauchtwagengeschäft. Dabei erhöhten sich im Jahresverlauf wegen der Absatzerschwernisse in den Wintermonaten die Gebrauchtwagenverluste zum Jahresende hin, denn für die von Januar bis August verkauften Gebrauchtfahrzeuge ergaben sich noch bei sämtlichen Händlergruppen positive, zwischen 52 DM und 103 DM betragende Bruttoertrags-Spannen.

Unter Zugrundelegung der Gesamtverkäufe der am Betriebsvergleich beteiligten 363 Händler von 98.284 Gebrauchtfahrzeugen und eines Durchschnittsverlustes von rund 150 DM je Gebrauchtwagenverkauf entstanden Gesamtverluste von 14.742.600 DM oder auf den einzelnen Betrieb bezogen - von durchschnittlich 40.613 DM. Die große Belastung des Neuwagenhandels durch das Gebrauchtwagengeschäft wird damit eindringlich vor Augen geführt.

Im Verlauf der jüngsten Absatzkrise und als Folge der erhöhten Belastung durch die Mehrwertsteuer hat sich die Erfolgssituation im Gebrauchtwagengeschäft des Neuwagenhandels weiter verschlechtert. Die in den Kostenstellen 'Neu- und Gebrauchtwagenverkauf' erzielten Gewinne sind bei einer großen Zahl von Händlern auf 1 % bis 2 % der hier erzielten Umsätze und darunter gesunken. Nicht wenige Betriebe sehen sich im Zuge dieser Entwicklung in ihrer Existenz bedroht, denn der Betriebsgewinn kann durch positive Ergebnisse im Ersatzteilverkauf und im Werkstattgeschäft,

in denen die im Betriebsvergleich erfaßten Händler weniger als ein Fünftel ihres Gesamtumsatzes erzielten ¹⁾, nur unwesentlich verbessert werden. Es verwundert deshalb nicht, daß die Verluste im Gebrauchtwagengeschäft unter den Gründen, die in den letzten Jahren zur Zahlungseinstellung von Neuwagenhändlern führten, an erster Stelle lagen.²⁾

3. Wettbewerbsrechtliche Probleme

Das Gebrauchtwagengeschäft wirft im Neuwagenhandel außer den dargestellten ab-satzwirtschaftlichen Fragen schwerwiegende wettbewerbsrechtliche Probleme auf. Sie betreffen die beim Bundeskartellamt angemeldeten Neuwagenpreisbin-dungen auf dem Pkw- und Kombinationskraftwagenmarkt und die Vorschrif-ten des Rabattgesetzes.

Für die Neuwagenpreisbindungen sind kartellrechtlich aus § 17 Abs. 1 Ziff. 2 und § 26 Abs. 2 GWB sowie zivilrechtlich aus § 1 UWG die theoretische und praktische Lückenlosigkeit unabdingbare Wirksamkeitsvoraussetzungen. ³⁾ Theoretische oder gedankliche Lückenlosigkeit herrscht in einem Preisbindungssy-tem, "welches bei Einhaltung der darin vorgesehenen Verpflichtungen keine Mög-lichkeit der Unterbietung des festgesetzten Preises offenläßt" ⁴⁾, d.h. alle in Frage kommenden Wiederverkäufer müssen nach der gedanklichen Anlage des Systems zur Einhaltung der vorgeschriebenen Listenpreise verpflichtet sein. Diese Forderung ist, wie auch HAGENAUER feststellt, bei den Automobilpreisbindungen erfüllt, denn "die Händlerverträge der Automobilfabriken ermöglichen eine leichte und genaue gedankliche Erfassung aller im Vertriebsnetz eingeschalteten Personen" ⁵⁾. Eine Sonderstellung nehmen die Vorbehaltsgeschäfte der Hersteller mit Werksangehörigen

¹⁾ Vgl. Tabelle 14.

²⁾ Lt. Auskunft des Verbandes des Kraftfahrzeughandels, Berlin; vgl. auch KOCH, Waldemar: Grundlagen und Technik des Vertriebes, Bd. II, a.a.O., S. 315 u. HAUG, Max: Pleite wegen Gebrauchtwagen, Eine gefährliche Entwicklung, Das Autohaus 1965, S. 317 f, bes. S. 318.

³⁾ Vgl. zu diesen und den folgenden Ausführungen MÜLLER, Heinz, GIESSLER, Peter: Kommentar zum Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, Kartellge-setz, 2. Aufl., Frankfurt 1966, Kommentar zu § 16 GWB, Randnr. 81 ff.

⁴⁾ BGH vom 3.6.1964 - I B ZR 49/63 -, WRP 1964, S.315-319, bes. S. 317.

⁵⁾ Vgl. HAGENAUER, Ludwig: a.a.O., S. 41.

und behördlichen Großverbrauchern ein, in denen niedrigere als die gebundenen Preise vereinbart werden. Es trifft jedoch nicht zu, daß diese Geschäfte die Preisbindung theoretisch lückenhaft machen, da Preisbindungen auch auf genügend abgegrenzten Teilmärkten gestattet sind ¹⁾). Diese Abgrenzung vom normalen Verbrauchergeschäft ist in den vorgenannten Fällen dadurch gegeben, daß die begünstigten Abnehmer beim Erwerb verpflichtet werden, die erworbenen Fahrzeuge nicht vor einem halben Jahr weiterzuveräußern ²⁾).

Die praktische Lückenlosigkeit betrifft demgegenüber die tatsächliche Beachtung der Preisbindungsverpflichtungen in der Händlerschaft. Sie erfordert eine laufende sorgfältige Überwachung durch die Hersteller, denn bei einer lückenhaften Handhabung droht die Mißbrauchserklärung der Preisbindung nach § 17 Abs. 1 Ziff. 2 GWB ³⁾).

Hierbei ergeben sich für die Einhaltung der Automobilpreisbindungen Sonderprobleme daraus, daß beim Neuwagenverkauf Gebrauchtwagen in Zahlung genommen werden. So sieht der Bundesgerichtshof, der die Anrechnung von Gebrauchtwagen auf den Kaufpreis neuer Güter im Hinblick auf die Vereinbarkeit mit dem Rabattgesetz in einem Urteil vom 20. Mai 1960 untersucht und grundsätzlich als Barzahlungsersatz anerkennt, eine indirekte Durchbrechung der Neuwarenpreise dann als gegeben an, wenn - ausgenommen eines etwaigen zulässigen dreiprozentigen Barzahlungsnachlasses im Rahmen des § 2 RabG - ein höherer Wert als der handelsübliche Verkehrswert für die Gebrauchtware angerechnet wird ⁴⁾). Dieser auch auf die Einhaltung der Preisbindungen angewandte Grundsatz ist in der Literatur ⁵⁾ und von einer Reihe

1) Vgl. BUDCZIES, Michael: Der Automobilvertraghändler in Deutschland, den USA und Frankreich. Eine rechtsvergleichende Studie, Diss., Köln 1959, S.82 u. OLG Frankfurt vom 4.7.1963 - 6 U 24.62 - WRP 1964, S. 21-25, bes.S.24.

2) In diesem Sinne auch HAGENAUER, Ludwig: a.a.O., S. 41 f.

3) Vgl. die Aufhebung der Preisbindungen für Radio und Fernseher (1962), Waschmittel (1963), Schokolade (1964) u.a.

4) BGH vom 20.5.1960 - I ZR 93.59 (Celle) -, WRP 1960, S.235-238, bes.S.237.

5) BAUMBACH, Adolf, HEFERMEHL, Wolfgang: Kommentar zum Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht, Bd. I, 9.Aufl., Berlin/München 1964, Anm. 36 zu § 1 RabG, S. 952; REIMER, Eduard: Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht, Kommentar, 3.Aufl., Berlin/Köln 1954, Anm. 6 zu § 2 RabG, S.1038 u.a.

von Oberlandesgerichten übernommen worden, unter denen das OLG Koblenz konkret auf die Inzahlungnahme von Gebrauchtwagen eingeht¹⁾).

Die geforderte Anrechnung des handelsüblichen Verkehrswertes kann nicht ohne Kritik bleiben, denn sie setzt voraus, daß sich der handelsübliche Verkehrswert eines Gebrauchtwagens hinreichend genau ermitteln läßt. Die aufgezeigten Bewertungsschwierigkeiten, die eine dem Geldwert entsprechende Bestimmung des Gebrauchtwagenwertes, wie sie für die Anerkennung als Preisbestandteil theoretisch gefordert werden muß, nicht zulassen, stehen dem jedoch entgegen. Dies zeigt sich darin, daß selbst fachkundige und gewissenhafte Kraftfahrzeughändler und Schätzorganisationen unterschiedliche Werte für ein und dasselbe Fahrzeug ermitteln,²⁾ so daß bei dem Versuch einer marktgerechten Bestimmung des Zeitwertes Unter- und Überbewertungen unbeabsichtigt zur Regel werden. Neuwagenkäufer, die bei verschiedenen Händlern die höchsten Anrechnungsangebote ausloten, können sich dadurch günstigere Einkaufsmöglichkeiten eröffnen als Kaufinteressenten, die kein Kraftfahrzeug in Zahlung geben³⁾. Die Automobilpreisbindungen sind damit faktisch lückenhaft⁴⁾. Daß die Rechtsprechung in erster Linie auf die Ahndung mißbräuchlicher Umgehungen der Preisbindung abstellt und für ihre Aufrechterhaltung bei geringfügigen Verstößen als Grundsatz bestimmt, keine überspannten Anforderungen an die Lückenlosigkeit zu stellen⁵⁾, kann den grundlegenden Einwand der ungenügenden Bestimmbarkeit der Gebrauchtwagenvaluta nicht entkräften.

Neben den dargestellten allgemeinen Bewertungsschwierigkeiten gewinnt für die Einhaltung der Neuwagenpreise die geringe Wertstabilität des Ge-

¹⁾ OLG München vom 22.5.1958 - 6 U 754.58 -, WRP 1961, S. 374, Hanseatisches OLG vom 18.10.1962 - 3 U 82.62 -, BB 1963, S. 165; WRP 1963, S. 97; OLG Koblenz vom 20.7.1960 - 3 U 631.59 -, BB 1960, S. 1148; NJW 1960, S. 2246 u.a.

²⁾ Vgl. Der Spiegel: Die Zweite Hand, a.a.O., S. 31.

³⁾ Vgl. DM-Deutsche Mark: Hrsg. Schweitzer, Waldemar, Pferdehandel mit einem Auto, a.a.O.

⁴⁾ In diesem Sinne auch BUDCZIES, Michael: a.a.O., S. 82.

⁵⁾ Kammergericht vom 17.11.1953 - 5 U 1840.53 -, GRUR 1954, S. 197-207, bes. S. 199 f.; LG Hamburg vom 27.4.1960 - 15. Q 58.60 -, WRP 1960, S. 218-220, bes. S. 220; OLG Koblenz vom 20.7.1960, a.a.O. u. BGH vom 20.1.1959 - I ZR 116.57 -, DB 1959, S. 374 f.

brauchtwagens Bedeutung. In wirtschaftlicher Betrachtung muß deshalb die Fahrzeugentwertung bis zum Wiederverkauf im Inzahlungnahmepreis antizipiert werden, denn aus den sonst auftretenden Wiederveräußerungsverlusten könnte nur auf eine Überbewertung im Zeitpunkt der Inzahlungnahme geschlossen werden. Auch das Hanseatische OLG kommt wirtschaftlich folgerichtig zu dem Schluß, daß die Bewertung zur Vermeidung von Preisbindungsverstößen auf den späteren Verkaufspreis des gebrauchten Wagens unter Berücksichtigung etwaiger Verbesserung abstellen muß. ¹⁾

Ohne Berücksichtigung der Kosten- und der Umsatzsteuerbelastung des Wiederverkaufes bleibt jedoch auch der Wiederveräußerungswert als Bewertungsmaßstab unzureichend. Das Hanseatische OLG, das in seinem Urteil vom 18. Oktober 1962 erkennt, daß die Aufwendungen für den Wiederverkauf im Falle ihrer Nichtberücksichtigung bei der Inzahlungnahme als Kostenfaktor in das Neuwagengeschäft eingehen, unterläßt es, diese notwendigen Konsequenzen zu ziehen ²⁾. In wirtschaftlicher Betrachtung erscheint deshalb weder die vom Bundesgerichtshof geforderte Inzahlungnahme zum herrschenden Verkehrswert noch die vom Hanseatischen Oberlandesgericht zugestandene Inzahlungnahme zum späteren Wiederverkaufspreis vertretbar. Eine Umgehung der Neuwagen-Listenpreise wird unter Vernachlässigung der aufgezeigten grundsätzlichen Bewertungsprobleme sowie eventuell werterhöhender Reparaturen nur dann vermieden, wenn die Anrechnung - abgesehen von einer etwaigen zulässigen Überbewertung als Barzahlungsnachlaß im Rahmen des § 2 RabG, der jedoch z.B. im Falle des Volkswagenwerkes ausdrücklich ausgeschlossen ist - zum möglichen Wiederverkaufspreis unter Abzug der Wiederveräußerungskosten und der vom Händler zu tragenden Umsatzsteuerbelastung erfolgt. Dieser allein angemessene Anrechnungswert wird auch von v. BRUNN indirekt gefordert, wenn er schreibt, "wer auf dem Gebrauchtwagenkonto Verluste hat, muß die Fahrzeuge zu hoch in Zahlung genommen haben" ³⁾. Eben-

¹⁾ Hanseatisches OLG vom 18.10.1962, a.a.O.

²⁾ Ebenda.

³⁾ v. BRUNN, Johann Heinrich: Zur Preisbindung der 2. Hand auf dem Automobilmarkt, Köln/Berlin/Bonn/München 1962, S. 31.

so verlangt HAGENAUER in seiner Untersuchung des Problems zunächst unter wirtschaftlichem Aspekt die Inzahlungnahme zum Einkaufswert ¹⁾, ohne dabei die Widersprüche zu der herrschenden Rechtsprechung aufzudecken. Er schwenkt dann aber im späteren Verlauf seiner Arbeit - leider kommentarlos - auf die Linie der zitierten Rechtsprechung ein, wenn er die Möglichkeiten untersucht, die Anrechnung von Gebrauchtwagen auf den Neuwagenkauf an den Schätzwert der Deutschen Automobil-Treuhand GmbH zu binden, der laut Schätzbedingungen auf den jeweiligen Zeitwert am Verbrauchermarkt abgestellt ist ²⁾.

Die vorgelegten Betriebsvergleichsergebnisse eines großen deutschen Herstellerwerkes bewiesen, daß der Eintauch von Gebrauchtwagen durch Neuwagenhändler unter Vernachlässigung der geforderten Bewertungsgrundsätze häufig allein unter dem Gesichtspunkt der Belastbarkeit der Neuwagenspanne erfolgt ³⁾. Dadurch werden die Bestimmungen des Rabattgesetzes und die eingegangenen Preisbindungsverpflichtungen vielfach durchbrochen. Dabei ist hinsichtlich des Durchbrechungsgrades des Preisbindungssystems auf dem Kraftfahrzeugmarkt davon auszugehen, daß die Nichteinhaltung der Listenpreise auch nur eines bedeutenden Anbieters aufgrund der oligopolistischen Marktverhältnisse zwangsläufig die Lückenhaftigkeit weiterer Preisbindungen nach sich zieht. Dies ist darauf zurückzuführen, daß die Konkurrenten dem Preisbrecher folgen müssen, wenn sie diesem keine wesentlichen Wettbewerbsvorteile zubilligen wollen. Auch der Zentralverband des Kraftfahrzeughandels gesteht ein, "daß diese mit sehr unterschiedlichen Formulierungen durchgeführten Bindungen keineswegs den Anspruch der Lückenlosigkeit erheben können, welche Voraussetzungen die Rechtsprechung und auch die Literatur an die Existenz des Preisschutzes knüpft" ⁴⁾.

Die Gründe, daß die aufgezeigten Preisbindungsverstöße nicht längst zum Zusammenbruch der Automobilpreisbindung geführt haben, liegen daran, daß ihre indirekte Durchbrechung durch Überbewertung von

¹⁾ HAGENAUER, Ludwig: a.a.O., S. 43.

²⁾ Ebenda S. 51 ff.

³⁾ In diesem Sinne auch der Zentralverband des Kraftfahrzeughandels (Hrsg.): Der Kraftfahrzeugkaufmann, 1. Aufl., a.a.O., S. 111.

⁴⁾ Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Bericht über das Geschäftsjahr 1958/59, S. 79-100, bes. S. 88. (Sperrungen durch den Verfasser).

Eintauschwagen nur schwer nachzuweisen ist, da die gebundenen Neuwagenpreise nach außen weiterhin fest erscheinen ¹⁾). Zum anderen verzichten viele Herstellerwerke bewußt darauf, die Gebrauchtwagenüberbewertung, die sie aus den innerhalb ihrer Händlerschaft durchgeführten Betriebsvergleichen leicht ablesen können, durch Unterlassungs- oder Schadensersatzklagen nach §§ 1, 13 UWG auf dem Prozeßwege zu verfolgen, denn dieses Vorgehen könnte bei einer Häufung derartiger Fälle das Bundeskartellamt zum Einschreiten veranlassen ²⁾). Auch der Zentralverband des Kraftfahrzeughandels klagt, daß eklatante Preisbindungsverstöße durch die Hersteller nicht verfolgt würden ³⁾). Ein weiterer wichtiger Grund für das geringe Einhaltungsinteresse der Herstellerwerke ist, daß ihnen die Überbewertung bei der Inzahlungnahme ohne Reduzierung der eigenen Fabrikabgabepreise eine beträchtliche Ausweitung des Neuwagenabsatzes ermöglicht ⁴⁾). Selbst prominente Vertreter der Automobilindustrie, wie z.B. Porsche und Hahnemann (BMW), geben dies indirekt zu, wenn sie, auf die Wirkung einer eventuellen Aufhebung der Preisbindung angesprochen, von einer Preisfreigabe keine Belebung des Absatzes erwarten, da ein ähnlicher Effekt bereits durch die unterschiedliche Anrechnung der vom Handel hereingenommenen Gebrauchtwagen erzielt wird ⁵⁾).

Es verwundert, daß bei derartigen offenen Stellungnahmen das Bundeskartellamt nicht längst gegen die Automobilpreisbindungen eingeschritten ist. Zumindest gehört unter den herrschenden Marktverhältnissen, wie der Kraftfahrzeug-Anzeiger schreibt, "nicht viel Prophetie dazu, vorherzusagen, daß die Preisbindung für fabrikneue Automobile in absehbarer Zeit fallen wird ... Die Aufhebung der Preisbindung wäre auch wirklich nur die de-facto-Anerkennung eines längst bestehenden Zustandes" ⁶⁾).

¹⁾ Vgl. NIESCHLAG, Robert: a.a.O., S. 106.

²⁾ Vgl. EWALD, Heinz: Neue Erkenntnisse des Bundeskartellamtes. Zum Tätigkeitsbericht für das Jahr 1963, WRP 1964, S. 253-258, bes. S. 256.

³⁾ Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Bericht über das Geschäftsjahr 1958/59, S. 79-100, bes. S. 88.

⁴⁾ Vgl. GUTENBERG, Erich: a.a.O., S. 366.

⁵⁾ Das Autohaus: Die Automobilindustrie zur Preisbindung, 1967, S. 1089.

⁶⁾ Kraftfahrzeug-Anzeiger: a.a.O., S.8.(Sperrungen durch den Verfasser).

Die verbreitete Durchbrechung der gebundenen Neuwagenpreise, die wegen der beschriebenen oligopolistischen Wettbewerbsverhältnisse auf dem deutschen Pkw-Markt nicht ohne Einfluß auf die ohne Preisbindung arbeitenden Vertriebsorganisationen wie von Daimler Benz, Simca und einigen anderen ausländischen Herstellerfirmen bleibt, lenkt ebenso wie der scharfe Wettbewerb beim Nutzfahrzeugabsatz den Blick auf die Problematik überhöhter Inzahlungnahmen durch nicht preisgebundene Händler, Handelsvertreter und Niederlassungen. Auch für diese Vertriebsformen gelten die dargestellten Bestimmungen des Rabattgesetzes, die eine Überbewertung, ausgenommen eines zulässigen Nachlasses von 3 % des Neuwagenpreises im Rahmen des § 2 RabG, ausschließen. Im Gegensatz zu den preisgebundenen Händlern ist die durch das Rabattgesetz bestimmte Einhaltung der Neuwagenlistenpreise jedoch nicht der strengen Mißbrauchsaufsicht des Bundeskartellamtes unterworfen. Dadurch sind nicht preisgebundene Eigenhändler, Handelsvertreter und Niederlassungen in ihrem Geschäftsgebaren wesentlich beweglicher als der gebundene Händler ¹⁾. Daraus erklärt sich die Unterlassung der Preisbindung durch die über Eigenhändler vertreibenden Herstellerwerke auf dem Nutzfahrzeugmarkt, auf dem - wie dargestellt wurde - der Vertrieb über Handelsvertreter vorherrscht. ²⁾

Fraglich erscheint die Gültigkeit des Rabattgesetzes in den Fällen, in denen zur Inzahlungnahme angebotene Gebrauchtwagen von Handelsvertretern in eigener Regie an- und verkauft werden ³⁾. Die rechtliche Doppelfunktion des Handelsvertreters als Agent beim Neuwagenverkauf und als Eigenhändler im Gebrauchtwagengeschäft hebt die wirtschaftliche Zusammengehörigkeit beider Geschäfte jedoch nicht auf, denn die überhöhte Anrechnung erfolgt auch in diesem Falle allein mit dem Ziel der Förderung des Neuwagenverkaufes. Der Bundesgerichtshof, der die Notwendigkeit der wirtschaftlichen Betrachtungsweise bei der Anwendung des Rabattgesetzes betont, erkennt ausdrücklich an, daß auch ein Dritter - das wäre im vorliegenden Fall der Handelsvertreter als Eigenhändler - einen unzulässigen Preisnachlaß für den Unternehmer, hier den Hersteller, in dessen Namen der Handelsvertreter tätig ist, gewähren kann. ⁴⁾ Es ist für einen Rabattverstoß des Herstellers

¹⁾ Vgl. HAGENAUER, Ludwig: a.a.O., S. 30.

²⁾ Ebenda.

³⁾ Vgl. HAGENAUER, Ludwig: a.a.O., S. 68 ff.

⁴⁾ BGH vom 10.6.1960 - I ZR 86.58 -, BB 1960, S. 884.

nach § 1 RabG also nicht begriffswesentlich, daß er den Nachlaß wirtschaftlich trägt. Auch eine Überbewertung im Falle eigenhändlerisch in Zahlung genommener Gebrauchtwagen durch den Handelsvertreter ist somit objektiv dem Hersteller zuzurechnen.¹⁾

C Möglichkeiten und Grenzen einer Lösung der Gebrauchtwagenprobleme des Neuwagenhandels

1. Forderungen an die Kraftfahrzeugindustrie

Die unter den herrschenden Marktverhältnissen zur Erzielung eines ausreichenden Neuwagenabsatzes notwendige Bereitschaft des Neuwagenhandels, Gebrauchtwagen in Zahlung zu nehmen und zu einem überhöhten Preis anzurechnen, wird - wie dargestellt wurde - durch hohe Abnahmeforderungen der Hersteller vielfach erzwungen. Darin wurde ein wesentlicher Entstehungsgrund für die spezifischen Gebrauchtwagenprobleme des Neuwagenhandels erkannt. Ein Weg zur Lösung oder doch zumindest beträchtlichen Minderung dieser Probleme besteht deshalb in der Forderung an die Industrie, ihre Produktion und Abnahmewünsche besser als bisher an den unter den geforderten Listenpreisen gegebenen Absatzmöglichkeiten auszurichten. Dabei ergibt sich speziell im Hinblick auf die Bestimmung der Abnahmekontingente die Notwendigkeit der optimalen Anpassung an

- a) die jeweiligen Besonderheiten der regionalen Händlermärkte unter Berücksichtigung der bisherigen Absatzentwicklung, der jeweiligen Konkurrenzlage und der finanziellen Situation des Einzelhändlers,
- b) die konjunkturellen und saisonalen Marktschwankungen durch die Beschränkung des Abnahmezeitraumes auf eine für den Handel besser überschaubare Periode von nicht mehr als drei Monaten und
- c) an geplante Modelländerungen durch rechtzeitige Händlerinformation über die Grundzüge der Modellpolitik. Hinzu treten muß eine großzügige Subventionierung der für den Absatz der Auslaufmodelle erforderlich werdenden Preisnachlässe.

¹⁾ HAGENAUER, Ludwig: a.a.O., S. 73.

Es empfiehlt sich daneben, neue Fahrzeugtypen möglichst außerhalb der Herbst- und Wintermonate vorzustellen, um in dieser Zeit verstärkte Gebrauchtwagenankäufe zu vermeiden. Zusätzlich müßte die Händlerposition durch den Abschluß von Mehrjahresverträgen mit einer Kündigungsfrist von mindestens zwölf Monaten gestärkt und bei der Einsetzung neuer Händler maßgehalten werden. Nur so ließe sich ein überhöhter Abnahmedruck mit seinen negativen Auswirkungen im Gebrauchtwagengeschäft vermeiden. Erwägungen, das Gebrauchtwagenproblem durch die Konstruktion des sogenannten 'Wegwerfautos' von Grund auf zu lösen, d.h. preiswerte und schnell verschleißende Automobile zu bauen, die gerade für die Periode halten, in der die Käufer sie zu besitzen wünschen, erscheinen demgegenüber durch die harte Qualitätskonkurrenz im Automobilbau ebenso wie durch die an die Verkehrssicherheit zu stellenden Anforderungen kaum realisierbar.

Auch für die Aufrechterhaltung des herrschenden Preisbindungssystems sind die aufgezeigten Herstelleraufgaben eine wesentliche Vorbedingung. Wegen der eigenartigen Wettbewerbsposition des Neuwagenhändlers gegenüber dem privaten Gebrauchtwagenhandel sind die Neuwagenpreise vor der Durchbrechung durch überhöhte Inzahlungnahmen jedoch nur in Zeiten unzureichender Neuwagenversorgung weitgehend geschützt. In normalen Marktlagen und verstärkt bei sich verschärfendem Wettbewerb ist deshalb eine strikte Einhaltungskontrolle der Preisbindungen durch die Hersteller eine weitere wesentliche Voraussetzung für die Durchsetzung der Listenpreise. Der einzelne Produzent wird eine verschärfte Preisbindungskontrolle jedoch davon abhängig machen, daß auch seine Wettbewerber den gleichen Schritt zur Beendigung der Überbewertungskonkurrenz unternehmen, denn jeder Außenseiter würde aufgrund der oligopolistischen Marktverhältnisse die Absatzposition der einhaltungswilligen Hersteller und Händler schwächen. In Handel und Industrie werden deshalb die im folgenden näher darzustellenden Möglichkeiten einer korrektiven Absicherung der Neuwagenpreise erwogen.

2. Verhinderung der Gebrauchtwagenüberbewertung

a) Frühere Versuche

Der Vorschlag kollektiver Maßnahmen zum Ausschluß einer überhöhten Gebrauchtwagenanrechnung beim Neuwagenkauf geht auf Lösungsversuche während

der Wirtschaftskrise in den Jahren 1929 bis 1933 zurück, in der infolge eines starken Rückgangs des Neuwagenabsatzes ein scharfer Wettbewerb auf dem Kraftfahrzeugmarkt entbrannt war, der reihenweise Händlerzusammenbrüche zur Folge hatte ¹⁾. So wurden 1931 von den Verbänden des Handels und der Industrie Pläne für eine horizontale Preisbindung vorgelegt, die zum Ausschluß der Gebrauchtwagenüberbewertung eine völlige Entkopplung des Neu- und Gebrauchtwagengeschäftes in der Form beabsichtigten, daß die zum Eintausch angebotenen Gebrauchtwagen nicht mehr vom Neuwagenhandel, sondern von einer Treuhandstelle des Handels und der Industrie übernommen werden sollten. Die Übernahme war auf der Basis von auf den Neuwagenkauf anzurechnenden Gutscheinen geplant, die auf den jeweiligen Schätzwert lauteten. Sie sollten später aus den Einnahmen beim Gebrauchtwagenwiederverkauf über Neu- und Gebrauchtwagenhändler eingelöst werden. Da befürchtet werden mußte, daß die zu diesem Zweck im Jahre 1931 gegründete Deutsche Automobil Treuhand GmbH (D.A.T.) auf schwerverkäuflichen Gebrauchtwagen 'sitzenblieb', war zusätzlich die Verschrottung von nicht mehr verkehrssicheren und unwirtschaftlichen Fahrzeugen aus Mitteln eines Verschrottungsfonds vorgesehen.

Die Durchführung des skizzierten Planes machte man davon abhängig, daß Automobilfabriken und ihre Händlerorganisationen mit einem Mindestabsatzanteil von 75 % ihre Zustimmung gaben ²⁾. Diese Quote konnte jedoch weder 1931 noch bei einem späteren Durchsetzungsversuch erreicht werden.

Erst 1933 wurden die kollektiven Preisbindungspläne im Rahmen eines neuen umfassenden Vertragswerkes der Deutschen Automobil-Treuhand GmbH verwirklicht, das die Rückkehr zu einer gesunden Preispolitik, die Wiederherstellung eines funktionsfähigen Handels und die Sicherung der dazu getroffenen Maßnahmen durch Kontrollen und Ordnungsstrafen bezweckte. Es kam unter dem Einfluß des nationalsozial-

¹⁾ Die erschwerten Absatzverhältnisse während der Wirtschaftskrise werden daran deutlich, daß von den schätzungsweise im Jahre 1928 bestehenden 6 000 Händlerbetrieben kaum 1 000 die Krise überstanden haben. (vgl. HASSINGER, Johanna: a.a.O., S. 48).

²⁾ HASSINGER bezieht in ihrer Darstellung des Planes von 1931 den 75 %-Anteil unrichtigerweise auf die Mitgliederzahlen der Verbände der Automobilindustrie und des Handels (Vgl. HASSINGER, Johanna: a.a.O., S. 67 u. GERCKE, KLEINRATH, HÄRDICH: a.a.O., S. 8).

stischen Zwangskartellgesetzes, das zwangsweise Marktordnungszusammenschlüsse durch den Staat ermöglichte, sofern die Wirtschaft nicht in privater Übereinkunft einen Ausweg aus den dargestellten Marktverhältnissen fand ¹⁾, innerhalb weniger Wochen zustande ²⁾. Es entspricht somit nicht den Tatsachen, wenn heute von prominenten Vertretern des Handels und der Industrie behauptet wird, daß die zum 1. Januar 1934 in Kraft getretene 'Marktordnung der deutschen Automobilwirtschaft', wie das Vertragswerk seit 1936 genannt wird, auf völlig freiwilliger Übereinkunft der Automobilwirtschaft beruhte, oder daß es sich um die Realisierung der Pläne aus dem Jahre 1931 handelte ³⁾.

Über die Marktordnung von 1933 berichtet HASSINGER in einer ausführlichen Untersuchung ⁴⁾. Die vorliegende Studie kann sich deshalb auf die angestrebte Lösung des Überbewertungsproblems zur Absicherung der neu eingeführten horizontalen Preisbindung beschränken. Dazu heißt es abweichend von früheren Planentwürfen in § 18 der Marktordnungsverpflichtungen:

Eine Vertragsfirma darf auf Altwagen aus zweiter Hand ein Angebot mittelbar oder unmittelbar erst dann abgeben und solche Altwagen erst dann für eigene Rechnung ankaufen oder in Verrechnung auf einen Neu- oder Altwagen in Zahlung nehmen, wenn eine von der D.A.T. zugelassene Schätzungsstelle den Altwagen in den letzten zwei Wochen urkundlich abgeschätzt hat. Für Altwagen aus zweiter Hand darf kein höherer Preis als in der Schätzurkunde enthalten, in offener oder versteckter Form angeboten oder gewährt werden ⁵⁾.

Entgegen der im Plan von 1931 vorgesehenen Entkopplung der Eintauschgeschäfte wurde die Gebrauchtwagenanrechnung durch eine Schätzungsverpflichtung mit Einhaltungszwang des Taxwertes als Anrechnungsobergrenze geregelt. Dabei stellte die

¹⁾ Gesetz über Errichtung von Zwangskartellen vom 15.7.1933, (RGBl. I, S. 488).

²⁾ Vgl. hierzu auch HAGENAUER, Ludwig: a.a.O., S. 11.

³⁾ Vgl. SPAHR, Emil (Präsident des Zentralverbandes des Kraftfahrzeughandels): Mehr Wagen - mehr Wettbewerb. Der geordnete Markt, ZDK-Mitteilungen, 1964, S. 177 f, bes. S. 177; Verband der Automobilindustrie, Verband der Fahrrad- und Motorradindustrie, Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Die Wettbewerbsverhältnisse auf dem deutschen Kraftfahrzeugmarkt, Informationsschrift, o.J., S. 11; v. BRUNN, Johann Heinrich (Geschäftsführer des Verbandes der Automobilindustrie): Ein Konditionenkartell der Automobilwirtschaft 1931-1945, in: Kartelle in der Wirklichkeit, Festschrift für Max Metzner, Köln, Berlin 1963, S. 245-260, bes. S. 251 u.a.

⁴⁾ HASSINGER, Johanna: a.a.O.

⁵⁾ § 18 des Verpflichtungsscheins H für Händler.

Schätzung, wie in der vorliegenden Untersuchung zur Einhaltung der Preisbindung gefordert, zunächst auf den sogenannten Händlereinkaufswert ab. Im Jahre 1941 ging man jedoch zur besseren Durchsetzung der inzwischen erlassenen staatlichen Preisstoppverordnungen auf dem Gebrauchtwagenmarkt auf die Bestimmung der Verkaufswerte über ¹⁾). Dadurch wurde in der Folgezeit in Höhe der Differenz zu dem früheren Einkaufswert stillschweigend eine vorher unzulässige Überbewertungsmöglichkeit zugestanden.

Über die Einhaltung der Marktordnungsverpflichtungen berichtet die Deutsche Automobil-Treuhand GmbH, daß die in den Jahren 1934 bis 1937 durch Anzeigen, Kontrollen und Betriebsprüfungen bekannt gewordenen Verstöße nur ca. 0,5 % der getätigten Geschäfte ausmachten ²⁾). Das Vertragswerk hatte also die Erwartungen weitgehend erfüllt.

- b) Heutige Möglichkeiten zum Ausschluß der Gebrauchtwagenüberbewertung
- aa) Wiedereinführung einer kollektiven Schätzverpflichtung für Eintauschwagen

Das Marktordnungskartell der deutschen Automobilwirtschaft fand mit dem Auslaufen des privaten Kraftfahrzeuggeschäftes im zweiten Weltkrieg sein Ende. ³⁾ Mit der Neugründung der Deutschen Automobil-Treuhand GmbH und der Wiedereinrichtung von Schätzstellen blieb aber der Gedanke einer kollektiven Absicherung der Neuwagenpreise vor direkten und indirekten Umgehungen lebendig. Man hielt es für erforderlich, "daß auch künftig wieder Vereinbarungen zur Herbeiführung angemessener Wettbewerbsverhältnisse auf dem Kraftfahrzeugmarkt - angepaßt an die Bedürfnisse der heutigen Zeit - ermöglicht werden ..." ⁴⁾ Als die Deutsche Automobil-Treuhand GmbH und die Verbände der Kraftfahrzeugwirtschaft mit diesem Ziel nach der im Jahre 1952 erfolgten Wiederzulassung der Preisbindung der zweiten Hand

¹⁾ Dritte Anordnung zur Regelung der Verbraucherpreise und Handelsspannen im Geschäftsverkehr mit gebrauchten Kraftfahrzeugen vom 28.2.1941, Reichsanzeiger Nr.57 v. 7.3.1941, Mitteilungen des Reichsverbandes des Kraftfahrzeug-handels und -gewerbes, Halle (Saale) 1941, S. 166 f.

²⁾ Lt. HASSINGER, Johanna: a.a.O., S. 170.

³⁾ v.BRUNN, Johann Heinrich: Ein Konditionenkartell der Automobilwirtschaft 1931-1945, a.a.O., S. 260.

⁴⁾ Verband der Automobilindustrie, Verband der Fahrrad- und Motorradindustrie, Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Die Wettbewerbsverhältnisse auf dem deutschen Kraftfahrzeugmarkt, a.a.O., S. 4.

mit kollektiven Preisbindungsplänen an das Bundeswirtschaftsministerium herantraten, machte dieses jedoch gegen ein erneutes Schätzmonopol Bedenken geltend, da es die bestehenden konkurrierenden Schätzorganisationen, wie den Deutschen Kraftfahrzeug-Überwachungs-Verein, die Union freier Schätzer und sonstige unabhängige Kraftfahrzeug-Schätzer vom Schätzmarkt weitgehend verdrängen würde.¹⁾ Eine endgültige Entscheidung über die Genehmigung wurde schließlich bis zum Inkrafttreten des neuen Wettbewerbsgesetzes aufgeschoben.

Das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen vom 27.7.1957 enthielt dann im § 1 ein grundsätzliches Kartellverbot²⁾ und ließ auch in seinen Ausnahmeregelungen der §§ 2 bis 8 GWB bzw. den Bestimmungen über die vertikale Preisbindung in § 16 GWB eine erneute kollektive Preisbindung nicht zu³⁾. Wie der Nordrhein-Westfälische Automobilhändlerverband in Essen bei einer Befragung feststellen mußte, war auch die grundsätzliche Bereitschaft für eine erneute kollektive Preisbindung in der Händlerschaft nur gering⁴⁾. Es ist also sehr fraglich, ob für eine derartige Regelung die notwendige Mehrheit zustande gekommen wäre.

Aus den gleichen Gründen wie die kollektive Preisbindung erscheint auch eine Absicherung der Neuwagenpreise nach dem Beispiel der in den USA und England von einzelnen regionalen Händlerverbänden zeitweise durchgeführten zentralen Registrierung der Inzahlungnahmeangebote bei gegenseitiger Verpflichtung der Händler zur Auskunftseinholung und Nichtüberschreitung des Angebotes eines Konkurrenten nicht realisierbar⁵⁾.

¹⁾ Vgl. Deutsche Automobil-Treuhand GmbH: Geschäftsbericht 1952/53, S. 1 ff.

²⁾ Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen v. 27.7.1957, BGBl. I, S. 1081.

³⁾ Vgl. HAGENAUER, Ludwig: a.a.O., S. 75; UHEREK, Edgar W.: Zur Entwicklung der vertikalen Preisbindung, in: Wandel im Handel, Studienreihe: Betrieb und Markt, Hrsg. Behrens, Karl Christian, Bd. VI, 2. Aufl., Wiesbaden 1966, S. 37-58, bes. S. 46 u. a.

⁴⁾ Der Spiegel: Die zweite Hand, a.a.O., S. 31.

⁵⁾ Vgl. KOCH, Waldemar: Grundlagen und Technik des Vertriebes, Bd. II, a.a.O., S. 310 u. Reichsverband des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes: Preisüberbietung bei der Hereinnahme alter Wagen ausgeschlossen - In England?, Mitteilung des Reichsverbandes des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes, Halle (Saale) 1931, S. 1420 f.

bb) Zulässigkeit einer autonomen Schätzklausel in den Preisbindungsverträgen

Die Bemühungen der Verbände der Automobilwirtschaft und der Deutschen Automobil-Treuhand GmbH wegen der Unvereinbarkeit kollektiver Preisbindungs- und Schätzverpflichtungen mit dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen gehen in den letzten Jahren dahin, zumindest die autonomen Preisbindungen der Hersteller durch eine Schätzklausel mit Einhaltungszwang zu verfeinern¹⁾. Die Notwendigkeit ihrer Einführung wird unter Bezug auf die Vorsorgepflicht des Preisbinders, eine gleichmäßige Händlerbehandlung sicherzustellen und vertragstreue Händler zu schützen, damit begründet, daß das bisherige System fiktive Gebrauchtwagenbewertungen nicht wirksam ausschliessen könne²⁾.

Der Grundgedanke, die Gebrauchtwagenbewertung zur Sicherung der Preisbindung auf eine sachverständige neutrale Schätzung abzustellen, erscheint sinnvoll. Die juristische Auseinandersetzung mit dem Bundeskartellamt geht jedoch dahin, ob der ermittelte Schätzwert dem von der Rechtsprechung als Anrechnungsobergrenze gesetzten Verkehrswert gleichkommt³⁾. Das Bundeskartellamt bestreitet dies unter anderem mit dem Argument:

Im Einzelfall wird der Wert auch durch eine individuelle Angebots- und Nachfragesituation, die durch ein besonderes Interesse des Verkäufers oder eines bestimmten Kaufinteressenten gekennzeichnet sein kann, beeinflußt. Daher kann auch die Anwendung von Schätzungssystemen, bei denen außer durchschnittlichen listenmäßigen Bewertungsgrundlagen objektive Besonderheiten des geschätzten Fahrzeuges berücksichtigt werden, nicht zur Ermittlung eines unbedingt dem Marktwert entsprechenden Schätzwertes führen⁴⁾.

Damit ersetzt das Bundeskartellamt den objektiven Marktzeitwert durch die unbestimmbaren individuellen Wertschätzungen der am Gebrauchtwagengeschäft Betei-

¹⁾ Vgl. v.BRUNN, Johann Heinrich: Zur Preisbindung der 2. Hand auf dem Automobilmarkt, a.a.O., S. 32.

²⁾ Vgl. HAGENAUER, Ludwig: a.a.O., S. 56.

³⁾ Vgl. v.BRUNN, Johann Heinrich: Zur Preisbindung der 2. Hand auf dem Automobilmarkt, a.a.O., S. 32 u. HAGENAUER, Ludwig: a.a.O., S. 48 f.

⁴⁾ Vgl. zu diesen und den folgenden Ausführungen: Bundeskartellamt-Beschluß vom 18.3.1963, a.a.O., S. 651 (WuW/E BKartA 1963, S. 617).

ligten. Eine derartige Bewertungspolitik muß jedoch im Hinblick auf die Inzahlungnahme als spekulativ und unkaufmännisch angesehen werden.¹⁾

Gegen die Anrechnung zum Taxwert wendet das Bundeskartellamt ebenfalls ein, daß eine Schätzung zeitgebunden und damit schon nach kurzer Zeit überholt sei. Auch dieses Argument geht insoweit, als es sich auf den Preisverfall bis zum Wiederverkauf bezieht, über die vom Bundeskartellamt im gleichen Zusammenhang ausdrücklich bestätigte Rechtsprechung hinaus, höchstens den Verkehrswert am Tage der Inzahlungnahme anzusetzen. Ein späterer Preisfall oder Preisanstieg wäre danach - wie an anderer Stelle kritisch angemerkt - für das vorgeschriebene Anrechnungslimit unwesentlich.

Schwerer wiegt der Einwand des Bundeskartellamtes, daß der Identität von Schätzwert und Verkehrswert entgegenstehe, "daß solche Schätzungen häufig zu erheblich voneinander abweichenden Ergebnissen führen"²⁾. HAGENAUER sieht einen Ausweg darin, daß den Herstellern gestattet wird, ihren Händlern die nach ihrer Meinung erfahrenste Schätzorganisation vorzuschreiben³⁾. Dies liefere praktisch auf ein Schätzmonopol der von den Verbänden der Kraftfahrzeugwirtschaft gegründeten Deutschen Automobil-Treuhand GmbH wie zur Zeit der Marktordnung hinaus, so daß sich wieder das Problem der Zulässigkeit eines neuen Schätzmonopols stellt. Zusätzlich ist zu prüfen, ob zumindest ihre Taxwerte dem handelsüblichen Verkehrswert genügend nahekommen.

Eine Klausel, die die Deutsche Automobil-Treuhand GmbH als Schätzorganisation vorschreibt, ist - wie bei der Diskussion der kollektiven Preisbindungspläne festgestellt wurde - vor allem deshalb wettbewerbsrechtlich problematisch, weil sie konkurrierende Schätzorganisationen und unabhängige Schätzer vom Wettbewerb weitgehend ausschloß. HAGENAUER, der sich mit dieser Frage ausführlich auseinandersetzt, kommt so auch zu dem Schluß, daß eine derartige Klausel einen klaren Verstoß der preisbindenden Hersteller gegen das Diskriminierungs- und Behinderungsver-

¹⁾ Vgl. hierzu auch HAGENAUER, Ludwig: a.a.O., S. 49.

²⁾ Bundeskartellamt-Beschluß vom 18.3.1963, a.a.O., S. 651 (WuW/E BKartA, S. 617).

³⁾ HAGENAUER, Ludwig: a.a.O., S. 47 f.

bot des § 26 Abs. 2 GWB darstellt¹⁾. Wegen der zu erwartenden starken Beeinträchtigung des Schätzmarktes käme zusätzlich eine Unwirksamkeitserklärung der Schätzklausel nach § 18 GWB wegen Wettbewerbsbeschränkung in Betracht²⁾.

Auch ergeben sich Bedenken in bezug auf die Übereinstimmung des durch die Schätzer der Deutschen Automobil-Treuhand GmbH ermittelten Marktzeitwertes mit dem von der Rechtsprechung geforderten handelsüblichen Verkehrswert, wie im Rahmen der Bewertungsprobleme des 'reinen' Gebrauchtwagenhandels angedeutet wurde. Sie betreffen die einseitige Gesellschafterzusammensetzung aus den Verbänden der Automobilindustrie (VDA), des Kraftfahrzeughandels (ZDK) sowie der Fahrrad- und Motorradindustrie (VFM), die die Arbeit der Deutschen Automobil-Treuhand GmbH darüber hinaus jährlich mit einem Zuschuß von etwa 250.000 DM unterstützen³⁾. Die Vertreter von Automobilclubs und der Gewerkschaft Öffentliche Dienste, Transport und Verkehr, die in einem Schätzungsbeirat aufgenommen wurden, haben keine gleichwertige Bedeutung. Die notwendigen organisatorischen und finanziellen Voraussetzungen für eine von der Automobilwirtschaft unabhängige und neutrale Schätzpolitik sind damit nicht gegeben⁴⁾.

Die aufgezeigten Einwände bestätigen eine Untersuchung des Deutschen Kraftfahrzeug-Überwachungs-Vereins (DEKRA), der 1959 feststellte, daß die durch Schätzer der Deutschen Automobil-Treuhand GmbH ermittelten Taxwerte in einer Testreihe von 48 Gebrauchtfahrzeugen durchschnittlich um 31,4 % niedriger lagen als die später tatsächlich erzielten Verkaufserlöse⁵⁾. Auch zur Zeit der Marktordnung der deutschen Automobilwirtschaft, in der die Deutsche Automobil-Treuhand GmbH eine bewußt preisstabilisierende Funktion im Dienste der staatlichen Preisstoppverordnungen erfüllte, wurden ihre Schätzergebnisse vom 'reinen' Gebrauchtwagen-

¹⁾ HAGENAUER, Ludwig: a.a.O., S. 56 ff.

²⁾ Ebenda, S. 59 ff.

³⁾ Vgl. DM - Deutsche Mark: Autos werden über den Daumen gepeilt, 2. Jahrg., Nr. 8, Stuttgart 1962, S. 6-8, bes. S. 7.

⁴⁾ In diesem Sinne auch BUDCZIES, Michael: a.a.O., S. 84 f u. Der Spiegel: Gebrauchtwagen - geordneter Wettbewerb, 12. Jahrg., Nr. 23, Hamburg, vom 4.6.1958, S. 30 u.a.

⁵⁾ Der Spiegel: Die Zweite Hand, a.a.O., S. 31 u. DM - Deutsche Mark: Autos werden über den Daumen gepeilt, a.a.O., S. 6.

handel und Verbraucherkreisen zum Teil heftig kritisiert ¹⁾). Wenn der Geschäftsführer des Verbandes der Automobilindustrie, v. BRUNN, unter ausdrücklichem Hinweis auf diese preisstabilisierende Aufgabe die Wiederherstellung der damaligen "bewährten" Schätzverpflichtungen für die Gegenwart fordert, erscheinen die Zweifel an einer neutralen, allein an der Marktentwicklung orientierten Schätzpolitik in der Tat berechtigt ²⁾). Auch das Verschweigen ihrer genauen Schätzgrundlagen trägt wenig zur Festigung des Vertrauens in die Schätzwerte der Deutschen Automobil-Treuhand GmbH bei.

Gegenüber dem Vorwurf zu niedriger und damit für die Gebrauchtwagenverkäufer nachteiliger Schätzungen verteidigt sich die Deutsche Automobil-Treuhand GmbH mit dem Hinweis, daß negative ebenso wie positive Abweichungen der Schätzwerte von Durchschnittspreisnotierungen dem Wesen der individuellen Fahrzeugbewertung entsprächen, wenngleich Minusdifferenzen im Falle einer überdurchschnittlichen Abnutzung meist das geringere Verständnis der Gebrauchtwagenbesitzer und damit die größere Beachtung fänden ³⁾). Der fälschliche Eindruck der Unterbewertung würde andererseits auch dadurch hervorgerufen, daß die Händler bei der späteren Inzahlungnahme vielfach Überpreise böten. Diese sich auf berechnete Wertabweichungen beziehenden Einwände können die Ergebnisse des Deutschen Kraftfahrzeug-Überwachungs-Vereins (DEKRA), die ein unter den Marktpreisen liegendes Taxniveau aufzeigten, nicht erklären. Eine bewußte Unterbewertung wird jedoch mit dem Hinweis auf die allein ihrem Wissen und Gewissen unterworfenen Schätzer sowie auf die entgegengesetzte Interessenlage der Gesellschafter ausdrücklich bestritten. So sei die Industrie an hohen Gebrauchtwagenpreisen interessiert, weil diese den Ruf eines Fabrikates heben, während der Handel umgekehrt einen möglichst preisgünstigen Ankauf anstrebe. Das schliesse von vornherein aus, daß die Deutsche Automobil-Treuhand GmbH versuchen könnte, nach der einen oder anderen Seite zu tendieren.⁴⁾

¹⁾ Vgl. HASSINGER, Johanna: a.a.O., S. 139 f.

²⁾ v. BRUNN, Johann Heinrich: Zur Preisbindung der 2. Hand auf dem Automobilmarkt, a.a.O., S. 30 f.

³⁾ Deutsche Automobil-Treuhand GmbH: Hat die Schätzerei noch einen Sinn?, Das Autohaus 1962, S. 637-640 u. S. 661, bes. S. 638.

⁴⁾ Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Bericht über das Geschäftsjahr 1962/63, ZDK-Mitteilungen, 1963, S. 54-80, bes. S. 65.

Die Deutsche Automobil-Treuhand GmbH unterschlägt mit dem Hinweis auf die Unabhängigkeit ihrer Schätzer, daß diese an die allgemeinen Bewertungsrichtlinien und Richtpreislisen der Stuttgarter Zentrale gebunden sind. Kritik bedarf auch der im Hinblick auf den Einfluß der Gesellschafterinteressen geäußerte Einwand. So ist es eine unzulässige Verallgemeinerung, wenn den Herstellern in ihrer Gesamtheit unterstellt wird, ihnen sei für einen guten Ruf ihrer Fabrikate an einem hohen Gebrauchtwagenpreinsniveau gelegen. Beim einzelnen Produzenten mögen hohe Gebrauchtwagenpreise in Relation zu denen der Konkurrenzfabrikate durchaus absatzfördernde Wirkung haben. Für die gesamte Industrie, deren Interessen der Verband der Automobilindustrie vertritt, müssen sich hohe Gebrauchtwagenpreise jedoch negativ auf die beschriebenen Expansionsbemühungen auswirken, den Kraftfahrzeugabsatz mittels des preisgünstigen Gebrauchtwagens immer weiter in die kaufkraftärmeren Bevölkerungskreise auszudehnen. Die Gesellschafterzusammensetzung der Deutschen Automobil-Treuhand GmbH gibt also keineswegs die Gewähr für eine marktgerechte Gebrauchtwagenbewertung.

Ein offener Widerspruch zu der behaupteten Feststellung des beim Verkauf an Verbraucher im Inland erzielbaren Marktzeitwertes liegt schließlich auch darin, daß die Schätzwerte, wie der Präsident des Verbandes des Kraftfahrzeughandels, Berlin, Butenuth, ausdrücklich bestätigt, für den Fall der Inzahlungnahme stillschweigend einen späteren Verkaufsaufschlag von etwa 10 % berücksichtigen ¹⁾), um dem Handel Verluste im Gebrauchtwagengeschäft zu ersparen. Die sogenannte D.A.T.-Taxe stellt also tatsächlich nur einen Mittelwert zwischen dem Händlereinkaufswert und dem Verkaufswert dar und scheidet deshalb unter Zugrundelegung der von der herrschenden Rechtsprechung zugestandenen höchstzulässigen Inzahlungnahme zum handelsüblichen Verkehrswert als obligatorische Anrechnungsgrundlage zur Absicherung der Neuwagenpreisbindung aus. Es muß somit die Meinung des Bundeskartellamtes akzeptiert werden, daß Sachverständigenschätzungen nur eine allgemeine Orientierungshilfe für die Gebrauchtwagenbewertungen darstellen, "die der Händler zwar nicht willkürlich übersehen, von der er aber, je nach seiner eigenen Beurteilung der Marktlage, abweichen kann" ²⁾).

¹⁾ Vgl. BUTENUTH, Helmuth: Bewertung gebrauchter Kraftwagen, ZDK-Mitteilungen 1960, S. 11 f. u. § 5 der Dritten Anordnung zur Regelung der Verbraucherpreise und Handelsspannen im Geschäftsverkehr mit gebrauchten Kraftfahrzeugen vom 28.2.1941.

²⁾ Bundeskartellamt-Beschluß vom 18.3.1963, a.a.O., S. 652 (WuW/E BKartA, S.618).

Zusammenfassend ergibt sich, daß zum Ausschluß der Gebrauchtwagenüberbewertung unter den herrschenden Wettbewerbsgesetzen weder Kollektivvereinbarungen nach dem Beispiel der Vergangenheit noch die Aufnahme einer autonomen Schätzungsklausel mit Einhaltungszwang in die geltenden Preisbindungsverträge möglich erscheinen. Dadurch sind die Aussichten für die Beendigung der Überbewertungskonkurrenz im Neuwagenhandel nur gering, denn unter diesen Voraussetzungen ist die Einhaltung der aufgezeigten Herstelleraufgaben, die Produktion und Abnahmeforderungen besser als bisher an den Absatzmöglichkeiten des Handels zu orientieren und ihre Preisbindungskontrollen zu verschärfen, sehr fraglich. Die Folge ist, daß in der Tat über kurz oder lang mit der Mißbrauchserklärung der Automobilpreisbindungen gerechnet werden muß.

Die Preisbindungsaufhebung würde für die weiterhin mit Eigenhändlern arbeitenden Herstellerwerke die Ersetzung des bisherigen Bruttopreissystems durch ein Nettopreissystem bedeuten. Dieses zwänge den Handel zur eigenen freien Preiskalkulation, die am Beispiel verschiedener aus der Preisbindung herausgelöster Auslaftyphen im deutschen Automobilhandel schon wiederholt praktiziert worden ist. Mit Ausnahme der Preisbindungsproblematik blieben die grundlegenden Gebrauchtwagenprobleme des Handels jedoch auch in diesem Falle weiterhin ungelöst. Dies zeigen die Marktverhältnisse in den USA, wo der verdeckte indirekte Preiswettbewerb über die unterschiedlich hohe Anrechnung von Gebrauchtwagen auf den Neuwagenkauf auch bei ungebundenen Neuwagenpreisen seine große Absatzbedeutung behalten hat.¹⁾ In den fünfziger Jahren kam es zeitweise sogar zum sogenannten 'prize-packing', bei dem der Neuwagenpreis bewußt überhöht angesetzt wurde, um durch ein hohes Anrechnungsangebot für den in Zahlung gegebenen Gebrauchtwagen den Eindruck eines besonders günstigen Entgegenkommens zu erwecken. Durch die Monroney Price Labelling Bill, die mit Wirkung vom 1. September 1958 die Auszeichnung der angebotenen Fahrzeuge mit den von den Automobilfabriken empfohlenen Neuwagenpreisen zur Pflicht machte, ist dieser Fehlentwicklung jedoch wirksam begegnet worden²⁾.

¹⁾ Vgl. BUDCZIES, Michael: a.a.O., S. 92 f.

²⁾ SPAHR, Emil: Amerikanische Impressionen, ZDK-Mitteilungen, 1964, S.201-203, bes. S. 203 u. BUSCH, Klaus W.: a.a.O., S. 156.

Auch für die deutschen Marktverhältnisse wäre entsprechenden Wettbewerbsauswüchsen vorzubeugen. Die im Handel verbreitete Furcht vor einem im Falle der Preisbindungsaufhebung einsetzenden existenzgefährdenden Konkurrenzkampf erscheint jedoch übertrieben, denn die festgestellte Durchbrechung der Neufahrzeugpreisbindungen nimmt die offizielle Preisfreigabe schon weitgehend vorweg, wie Porsche und Hahnemann (BMW) in ihrem Autohaus-Interview andeuteten ¹⁾. Andererseits müssen die Eigenhändler in Rechnung stellen, daß die Hersteller als Reaktion auf eine etwaige Aufhebung der Automobilpreisbindungen erwägen, die mit den Eigenhändlern geschlossenen Verträge in Vertreterverträge umzuwandeln, um weiterhin mit von ihnen bestimmten Preisen unmittelbar im Verbrauchermarkt stehen zu können ²⁾.

3. Förderung des Gebrauchtwagengeschäftes der Neuwagenhändler

a) Allgemeine Voraussetzungen und Maßnahmen der Verkaufsförderung

Da unter den herrschenden Markt- und Rechtsverhältnissen eine grundlegende Lösung der Gebrauchtwagenprobleme des Neuwagenhandels wenig aussichtsreich erscheint, muß der Handel unter Einbeziehung der Möglichkeit einer baldigen Aufhebung der Preisbindung danach trachten, zumindest im Rahmen seiner betrieblichen Möglichkeiten das Gebrauchtwagengeschäft so erfolgreich wie möglich zu gestalten. Eine wesentliche Vorbedingung hierfür ist die richtige Einschätzung der Gebrauchtwagenmarktlage. Dazu gehört insbesondere die grundsätzliche Anerkennung der Zusammengehörigkeit von Gebrauchtwagen- und Neuwagenabsatz unter den herrschenden Marktverhältnissen, denn nur so wird sich der Neuwagenhändler dem Gebrauchtwagen mit der erforderlichen Sorgfalt zuwenden. Darüber hinaus muß die von Fachzeitschriften und von den Verbänden des Kraftfahrzeughandels lange Jahre vertretene Auffassung aufgegeben werden, daß das Gebrauchtwagengeschäft des Neuwagenhandels für sich allein lukrativ zu gestalten sei. Es steht in so enger Verknüpfung mit dem Neuwagenabsatz, daß beide Sparten nur zusammen gesehen

¹⁾ Das Autohaus: Die Automobilindustrie zur Preisbindung, a.a.O., S. 1089.

²⁾ Vgl. v.BRUNN, Johann Heinrich: Zur Preisbindung der 2. Hand auf dem Automobilmarkt, a.a.O., S. 22 f u. Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Bericht über das Geschäftsjahr 1964/65, ZDK-Mitteilungen, 1965, S. 59-87, bes. S. 72.

und beurteilt werden können. Im Rahmen der kalkulatorischen Aufgaben wird darauf noch näher einzugehen sein.

Durch zweckpessimistische Stellungnahmen in Fach- und Verbandszeitschriften darf sich der Neuwagenhandel auch den Blick für das tatsächliche Ausmaß der Schwierigkeiten nicht trüben lassen. Dies betrifft neben der dargestellten Überschätzung der über den Neuwagenhandel abgewickelten Gebrauchtwagensumsätze und des Anteils der mit einer Gebrauchtwagenrücknahme belasteten Neuwagenverkäufe insbesondere eine verbreitete Fehlinterpretation der Umschreibungsentwicklung und ihrer Auswirkungen auf den Neuwagenabsatz. So ist zwar mit steigender Motorisierung der Gebrauchtwagen auf dem Kraftfahrzeugmarkt immer stärker in Erscheinung getreten, doch übertrifft der Gebrauchtwagenabsatz, wie die in der folgenden Tabelle aufgeführten Umschreibungszahlen auf 1000 Neuzulassungen auf dem Pkw- und Kombinationskraftwagenmarkt zeigen, die Neuzulassungen deutlich und ist in den letzten Jahren auch wesentlich stärker gestiegen.

Tabelle 18 Zahl der Umschreibungen von Personen- und Kombinationskraftwagen auf 1000 Neuzulassungen 1959 bis 1968 ¹⁾

Jahr	1959	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968
Umschreibungen	1040	1107	1152	1239	1284	1376	1385	1492	1661	1707

Diese Entwicklung muß unter Berücksichtigung der grundlegenden Förderungswirkungen des Gebrauchtwagenhandels für den Neuwagenabsatz als günstig bezeichnet werden. Die im Handel im Hinblick auf den gewachsenen Umfang der Gebrauchtwagenlager geäußerten Befürchtungen, daß der Gebrauchtwagenmarkt verstopft sei und seine Funktionen nicht mehr richtig erfülle, sind somit unzutreffend. Die erhöhten Gebrauchtwagenlagerbestände waren in vielen Fällen sogar eine wesentliche Vorbedingung für den gesteigerten Gebrauchtwagenabsatz in der Vergangenheit. Es verwundert deshalb nicht, daß die großen deutschen Personen- und Kombinationskraftwagenhersteller die letzten Jahre als gute Gebrauchtwagenjahre bezeichnen.²⁾

¹⁾ Errechnet nach den im Anhang angegebenen Zahlen des Kraftfahrt-Bundesamtes.

²⁾ Lt. Auskunft der Ford-Werke AG, der Adam-Opel AG, der Daimler-Benz AG und der Volkswagenwerk AG.

Sind mit der realistischen Einschätzung der Bedeutung und der Probleme des Gebrauchtwagenengeschäftes die notwendigen Vorbedingungen für den vollen Einsatz des Neuwagenhändlers im Gebrauchtwagen Sektor gegeben, so betreffen die allgemeinen Unterstützungsmaßnahmen für den Gebrauchtwagenabsatz zunächst den Einsatz der schon zur Lösung der Probleme des 'reinen' Gebrauchtwagenhandels vorgeschlagenen Förderungsmittel. Dies gilt besonders für die dargestellten Grundsätze wirksamer Warendarbietung, die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Tankstellen, Fahrschulen und Garagenbetrieben, die Veranstaltung von Gebrauchtwagen-Sonderschauen sowie die Garantie- und Teilzahlungsgewährung. Sie werden schon heute von zahlreichen Neuwagenhändlern erfolgreich in die Dienste des Gebrauchtwagengeschäftes gestellt.

Aufschlußreich ist auch die Förderung des Gebrauchtwagengeschäftes durch die Hersteller, die noch vor wenigen Jahren die Bewältigung der Gebrauchtwagenprobleme als alleinige Aufgabe des Handels ansahen ¹⁾. Sie unterstützen die Neuwagenhändler zunehmend stärker durch ihre Verkaufsförderungsabteilungen, um sie für die Zwecke des Neuwagenabsatzes funktionsfähig zu erhalten. Verschiedene Werke stellen z.B. aus Verkaufsmeldungen ihrer Händler eigene Preislisten als Bewertungshilfen zusammen. Besondere Aufmerksamkeit wird zusätzlich Empfehlungen für die Verkaufsaufbereitung von gebrauchten Kraftfahrzeugen zugewandt. Die dem Verfasser vorliegenden Aufbereitungsanleitungen verschiedener Herstellerwerke zeigen mit ausführlicher Beschreibung und zum Teil mit genauen Zeitvorgaben für die einzelnen empfohlenen Arbeitsgänge, wie man Gebrauchtwagen gründlich, schnell und wirtschaftlich ein Höchstmaß an Pflege zu kommen lassen kann. Einem speziellen Verkaufsförderungs-Außendienst obliegt die Aufgabe, die entwickelten Aufbereitungsverfahren vorzuführen und entsprechende Fachkräfte beim Händler für diese Aufgabe zu schulen. Häufig übt er auch darüber hinaus im Hinblick auf das Gebrauchtwagengeschäft des Handels eine betriebsberatende Funktion aus.

¹⁾ Vgl. Das Autohaus: Das Gebrauchtwagenproblem, 1967, S. 1130-1133, bes. S. 1132 u. KOCH, Waldemar; Grundlagen und Technik des Vertriebes, Bd. II, a.a.O., S. 309.

Ihr besonderes Augenmerk richtet die Kraftfahrzeug-Industrie auch auf die Unterstützung der Händlerwerbung. Dies wird am Beispiel der vom Volkswagenwerk herausgegebenen Werbeanleitung deutlich ¹⁾, die auf 58 Seiten zahlreiche Vorschläge für erfolgreiche und systematische Zeitungs-, Plakat-, Handzettel-, Spannbänder-, Giebel-, Diapositiv- und Sonderschauwerbung enthält. Zusätzlich bieten die meisten Hersteller kostenlose Matern für Verkaufsinserate.

Von verschiedenen Werken wird in den letzten Jahren auch die Gebrauchtwagen-garantie stark propagiert, deren Vorteile für die Vertrauensgewinnung ausführlich geschildert wurden. Das Volkswagenwerk und die Ford-Werke haben in ihren Absatzorganisationen sogar einheitliche Gebrauchtwagengarantien eingeführt. Wie schon im 'reinen' Gebrauchtwagenhandel unterscheiden sich die Garantieleistungen hierbei jedoch wesentlich. So beinhaltet die Volkswagenhändler-garantie für Gebrauchtwagen im Grunde genommen nur die Gewährleistung der Verkehrssicherheit im Sinne der Straßenverkehrsgesetze, obwohl die Garantiekunde nach außen hin den Eindruck erwecken will, als würden durch sie ganz besondere Rechte erworben ²⁾. Da es jedermann für selbstverständlich erachtet, von einem VW-Händler ein verkehrssicheres Fahrzeug zu erwerben, ist das VW- 'Gütesiegel' für Gebrauchtfahrzeuge ein Musterbeispiel dafür, wie eine Gebrauchtwagengarantie eigentlich nicht aussehen sollte.

Eine echte Gebrauchtwagengarantie bietet demgegenüber die von den Ford-Werken eingeführte A-1 Garantie, die sich auf die wichtigsten Kraftfahrzeugteile wie Motor, Kupplung, Lenkung, Achsen und Bremsen bezieht. Tritt an ihnen innerhalb eines Monats bzw. bis zu einer Fahrleistung von 1.500 km ein Schaden auf, so wird er kostenlos behoben. Innerhalb der folgenden zwei Monate bzw. bis zu einer Fahrleistung von 5.000 km wird darüber hinaus nur die Hälfte des Betrages für Wiederinstandsetzungsaufwendungen berechnet. Danach erlischt die Garantie.

Der Zentralverband des Kraftfahrzeughandels läßt die grundsätzlichen Vorteile einer derartigen einheitlichen, durch die Hersteller sorgsam getesteten und werblich ein-

¹⁾ Volkswagenwerk AG: Werbung für Gebrauchtwagen verkauft mehr als nur Gebrauchtwagen, a.a.O.

²⁾ In diesem Sinne auch KAUFMANN, W.: Garantie für den Gebrauchten, Das Autohaus, 1966, S. 421-424, bes. S. 424.

geführten Garantie für die Händler wie für die Käufer außer acht, wenn er in den von den Herstellern propagierten Gebrauchtwagengarantien nur 'einen weiteren Eingriff' in die Händlerfreiheit sieht ¹⁾). Er vernachlässigt auch, daß im Falle der Ford-Garantie z.B. 85 % der Fordhändler der Einführung ausdrücklich zugestimmt haben, und daß es jedem Händler nach wie vor selbst überlassen bleibt, ob er Gebrauchtwagen mit Garantie verkauft oder nicht ²⁾). Die ablehnende Einstellung des Zentralverbandes des Kraftfahrzeughandels zu den Förderungsmaßnahmen der Hersteller macht die Vorurteile deutlich, die gegen ein stärkeres Engagement der Hersteller im Gebrauchtwagengeschäft der Neuwagenhändler bestehen. Der volle Einsatz des Neuwagenhandels für die von den Werken empfohlenen Maßnahmen setzt deshalb neben der Anerkennung seiner spezifischen Probleme und Zielsetzungen voraus, daß er besser als bisher über die Vorteile der von den Herstellern unterbreiteten Empfehlungen und die grundlegenden Zusammenhänge von Gebrauchtwagengeschäft und Neuwagenabsatz aufgeklärt wird ³⁾).

Auf dem Nutzfahrzeugmarkt stellt ein spezieller Förderungsbeitrag für das Gebrauchtwagengeschäft die von der Daimler-Benz-AG aufgebaute 'Zentrale Gebrauchtwagen-Vermittlung' dar. Sie soll den dargestellten besonderen Schwierigkeiten entgegenwirken, die sich hier für die Zusammenführung von Angebot und Nachfrage ergeben. Die 'Zentrale Gebrauchtwagen-Vermittlung' faßt dazu zentral das gesamte Angebot an gebrauchten Lastkraftwagen innerhalb der Daimler-Benz-Organisation zusammen und bietet:

1. ständig ein Angebot von über 1.000 gebrauchten Lkw unterschiedlicher Fabrikate und Klassen,
2. sofortigen Anbieternachweis überall im Bundesgebiet
3. fachgerechte und objektive Beratung und
4. kostenlose und unverbindliche Vermittlung für die Interessenten .

Der Vermittlungsdienst arbeitet über Telefon, Fernschreiber und normalen Schriftverkehr und hat in den ersten fünf Monaten seines Bestehens 4.649 Anfragen beunt-

¹⁾ Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Bericht über das Geschäftsjahr 1966/67, S. 87-104, bes. S. 97.

²⁾ Lt. Auskunft der Ford-Werke AG, Köln.

³⁾ Vgl. SCHLAGHECKEN, A.: a.a.O., S. 141.

wortet und 12.768 geeignete Objekte nachgewiesen ¹⁾). Der Erfolg dieser Maßnahme läßt somit zur Nachahmung auch bei anderen Nutzfahrzeugherstellern raten.

b) Spezielle Förderungsaufgaben des Neuwagenhandels

aa) Die organisatorische Aufgabe

Die Lösung der spezifischen Gebrauchtwagenprobleme des Neuwagenhändlers erfordert neben dem Einsatz der geschilderten allgemeinen Förderungsmittel Sondermaßnahmen. Unter diesen beinhaltet die organisatorische Aufgabe für größere Händler die Ausbildung einer selbständigen, dem Händler für Gewinn und Verlust verantwortlichen Gebrauchtwagenabteilung. Sie bietet neben noch näher aufzuzeigenden Vorteilen für die rechnerische Erfassung des Gebrauchtwagengeschäftes den notwendigen organisatorischen Gegenpol zu den vom Neuwagenverkauf ausgehenden Überbewertungstendenzen. Bei direkter Hinzuziehung eines Vertreters der Gebrauchtwagenabteilung zu den Verhandlungen mit Neuwageninteressenten, die beabsichtigen einen Gebrauchtwagen in Zahlung zu geben, oder bei Zugrundelegung eines schriftlichen Schätzungsbescheides dieser Abteilung fällt es beim Neuwagenverkauf in der Regel auch wesentlich leichter, ein angemessenes Ankaufsangebot gegen überhöhte Anrechnungswünsche durchzusetzen.

Die Ausbildung einer besonderen Gebrauchtwagenabteilung mit eigenen Angestellten bietet ebenso für den Wiederverkauf günstige Voraussetzungen, denn ein gleichzeitig mit dem Neu- und Gebrauchtwagenabsatz beauftragter Verkäufer wird sich dem Gebrauchtwagengeschäft nur selten mit der hierfür erforderlichen Sorgfalt widmen.

Ist bei einem Neuwagenhändler aufgrund zu geringen Geschäftsvolumens der Ausbau einer gesonderten Gebrauchtwagenabteilung nicht gerechtfertigt, so sollte das Gebrauchtwagengeschäft zumindest unter die Sonderaufsicht des Verkaufsleiters bzw. des Händlers selbst gestellt werden, um so den optimalen Ausgleich zwischen den Interessen des Neu- und Gebrauchtwagengeschäftes zu gewährleisten. Auch bei Händlern mit einer Gebrauchtwagenabteilung hat sich diese Regelung bewährt.

¹⁾ Lt. Auskunft der Daimler-Benz AG.

bb) Kalkulatorische Erfordernisse

Neben den organisatorischen Förderungsmaßnahmen ergeben sich spezifische kalkulatorische Aufgaben. Sie beinhalten zunächst die Forderung nach aussagekräftiger Erfassung des Gebrauchtwagengeschäftes im betrieblichen Rechnungswesen. Dies setzt in der Kostenrechnung eine der organisatorischen Struktur des Neuwagenhandels entsprechende Kostenstellengliederung voraus, indem neben einer Neuwagen-, Reparatur- und Teilekostenstelle auch eine Gebrauchtwagenkostenstelle geführt wird. Vor allem kleinere Betriebe verfügen bisher nur selten über eine entsprechend aufgegliederte Buchhaltung, so daß sie diejenigen Geschäfte, bei denen Gebrauchtwagen in Zahlung genommen werden, häufig ohne genaue quantitative Unterlagen anhand von Erfahrungssätzen kalkulieren. Dieses Verfahren birgt das Risiko unzureichender Kostenerfassung. Außerdem ist es wenig flexibel, woraus Nachteile gegenüber der kostenrechnerisch besser orientierten Konkurrenz erwachsen.

Für die kalkulatorische Bestimmung der Anrechnungswerte müssen als Vorbedingung für die Erzielung eines ausreichenden Betriebserfolges darüber hinaus genau die Grenzen der Belastbarkeit der durchschnittlich 14 % bis 18 % und maximal 20 % betragenden Neuwagenspannen ¹⁾ durch das Gebrauchtwagengeschäft abgesteckt werden. Dies ergibt sich aus der Erkenntnis, daß unter den herrschenden Marktverhältnissen die Kosten- und Umsatzsteuerbelastung des Gebrauchtwagengeschäftes nur teilweise im Anrechnungspreis berücksichtigt werden können. Im Hinblick auf die ermittelte Belastungsgrenze ist dann jeder Neuwagenverkauf, der mit einer Gebrauchtwagenrücknahme gekoppelt ist, auf den Nettoerlös zu kalkulieren, um Verlustgeschäfte auszuschließen. Dieses Verfahren, bei dem es sich in bezug auf den Gebrauchtwagen um eine Teilkostenkalkulation mit rechnerischem Ausgleich im Neuwagengeschäft handelt, und das in Ländern ohne Preisbindung, wie u.a. den USA, allgemein üblich ist, wird als logische Konsequenz der verbreiteten Durchbrechung der Preisbindung schon heute von einer großen Zahl deutscher Händler praktiziert.

¹⁾ Lt. Auskunft des VDK, Berlin.

cc) Lösung der Sortimentsprobleme

Auch für die Sortimentsprobleme im Gebrauchtwagengeschäft des Neuwagenhandels bieten sich Lösungsmöglichkeiten. So ist zunächst der gegenüber den Anrechnungswünschen der Neuwagenkäufer verbleibende geringe Ablehnungsraum hinsichtlich überteuerter, überalterter und sonstiger schwer verkäuflicher Fahrzeuge bestmöglich auszunutzen. Darüber hinaus dürfen über die Alternativen 'Inzahlungnahme' oder 'Verzicht auf den Neuwagenverkauf' mögliche Zwischenlösungen nicht vernachlässigt werden, die erfolgreiche Neuwagenverkäufer zur Bewältigung der Sortimentsprobleme anwenden. Dazu zählen das Vermittlungsangebot und die Empfehlung zum Selbstverkauf unter Hinweis auf die dadurch gebotenen Chancen eines höheren Verkaufserlöses, als ihn der Händler beim direkten Ankauf aufgrund seiner Kosten- und Umsatzsteuerbelastung bieten könnte. Abgesehen davon lassen sich zahlreiche Gebrauchtwagentypen privat auch vielfach leichter absetzen als über den gewerblichen Kraftfahrzeughandel. Die Bereitschaft hierzu kann von Seiten der Neuwagenhändler durch die Übernahme der Anzeigenkosten wirksam gefördert werden.

Verschiedene Händler führen auch Adressenlisten von Gebrauchtwageninteressenten, aus denen sie unentgeltlich Verkaufsmöglichkeiten nachweisen, um nicht mit der Inzahlungnahme belastet zu werden. In den letzten Jahren gewinnt auch das sogenannte Zweitwagenargument wachsende Bedeutung. So empfehlen die Händler den Neuwagenkäufern mit zunehmendem Erfolg, ihren gebrauchten Wagen, statt ihn in Zahlung zu geben, als Zweitwagen für ihre Familie zu behalten. Die Empfehlungen zum Selbstverkauf oder zur Einschaltung der angestellten Verkäufer als selbständige Gebrauchtwagenvermittler dürfen jedoch nicht dazu führen, daß gerade die günstigsten Gebrauchtfahrzeugangebote außerhalb des Neuwagenhandels verkauft werden.

Zusätzlich zu den von der Beschaffungsseite her ansetzenden Maßnahmen sind die hereingenommenen Fahrzeuge zur Verbesserung der Sortimentssituation jeweils kritisch dahingehend zu überprüfen, ob sie sich für die Aufnahme in das Gebrauchtwagensortiment eignen, oder ob die Veräußerung an den 'reinen' Gebrauchtwagenhandel, wenn nicht gar die Verschrottung vorzuziehen ist. Die Zusammenarbeit mit den in stärkerem Umfang ärmere Käuferschichten ansprechenden

'reinen' Gebrauchtwagenhändlern bewährt sich insbesondere zur Entlastung von älteren Fahrzeugen, wenngleich auch dieser Verkaufsweg für den Neuwagenhandel in der Regel nur unter Verlusten möglich ist.

Weitere wertvolle Instrumente zum Aufbau eines zugkräftigen Gebrauchtwagensortimentes eröffnen sich im Zukauf und im Eintausch gebrauchter Kraftfahrzeuge. So bietet der nicht mit einem Neuwagenverkauf gekoppelte freie Gebrauchtwagenankauf dem Neuwagenhändler neben einer Chance zur Verbesserung der Ertragslage die Möglichkeit einer gezielten Vorrats- und Sortimentsergänzung. Abgesehen davon kann sich die Notwendigkeit des Zukaufes im Falle ungenügender Anrechnungsangebote auch zur Senkung der stückfixen Kosten im Gebrauchtwagen-geschäft ergeben. Aufgrund seiner hohen Investitionen in der Gebrauchtwagenabteilung sieht sich z.B. der bekannte Frankfurter Händler Georg von Opel jährlich zum Zukauf mehrerer hundert Gebrauchtwagen gezwungen.¹⁾

Die Empfehlung des Gebrauchtwageneintausches bezieht sich demgegenüber auf die Inzahlungnahmen beim Gebrauchtwagenverkauf. Sie bieten eine Möglichkeit, schwer verkäufliche Gebrauchtwagen gegen gängigere Fabrikate, Preis- und Altersklassen umzutauschen.

dd) Verkaufsförderung durch richtige Verkäuferentlohnung

Die Bezahlung der Kraftfahrzeugverkäufer bietet einen weiteren Ansatzpunkt zur Lösung der Gebrauchtwagenprobleme des Neuwagenhandels. So bedarf das traditionelle Verkäufergehalt, das sich in der Regel aus einem verhältnismäßig niedrigen monatlichen Fixum von 250 DM bis 400 DM und einer Verkaufsprovision zwischen 1,5 % und 2 % für Neuwagen und bis zu 3 % bei Gebrauchtwagen zusammensetzt²⁾, wegen seines alleinigen Anreizes zur Steigerung der mengenmäßigen Verkaufsleistung einer Neuregelung, die die Qualität der abgeschlossenen Geschäfte mit einbezieht.

Zahlreiche Händler gewähren mit diesem Ziel bei Eintauschgeschäften eine Verkäuferprovision vom Verkaufspreis des neuen Wagens nach Abzug des Anrechnungswertes

¹⁾ Lt. Auskunft des Autohauses Georg von Opel, Frankfurt.

²⁾ Lt. Auskunft des Verbandes des Kraftfahrzeughandels, Berlin.

des in Zahlung genommenen Gebrauchtwagens. Sie erhoffen sich davon, daß die Verkäufer in ihrem Bestreben, eine möglichst hohe Provision zu erzielen, Gebrauchtwagenüberbewertungen vermeiden werden. Es wird jedoch deutlich, daß diese Provisionsregelung den Neuwagenverkäufer gegenüber dem traditionellen Verfahren benachteiligt, sofern er die in Zahlung genommenen Gebrauchtwagen nicht selbst weiterveräußert. Sie empfiehlt sich deshalb bevorzugt für diejenigen Händler, bei denen der Neu- und Gebrauchtwagenverkauf in einer Hand liegen, oder bei denen die Neuwagenverkäufer auf andere Art provisionsmäßig an den Gebrauchtwagensätzen beteiligt werden.

Andere Neuwagenhändler arbeiten mit Ausnahmeregelungen für Kaufanträge unter erschwerten Bedingungen. Danach wird die Verkäuferprovision bei der Hereinnahme schwerverkäuflicher Fahrzeuge oder bei stark überhöhten Kundenforderungen außerhalb der traditionellen Vereinbarungen jeweils speziell mit dem Verkaufsleiter bzw. dem Händler vereinbart.¹⁾ Die Unsicherheiten und Auffassungsdifferenzen über die Wiederveräußerungsmöglichkeiten eines gebrauchten Wagens lassen diese fallweise Regelung zwischen Verkäufer und Händler jedoch nur als Behelf und damit wenig empfehlenswert erscheinen.

Vorteilhafter als die bisher beschriebenen Verfahren erweisen sich generelle Provisionsvereinbarungen, in denen zusätzlich zur herkömmlichen Provision, die in ihrer Höhe häufig leicht reduziert wird, ein nach der Qualität der abgeschlossenen Geschäfte gestaffelter Bonus gewährt wird, der bei Qualitätsverbesserungen wesentlich steigerungsfähig ist. Es genügt unter den herrschenden Marktverhältnissen jedoch nicht, diese Qualitätsprovision, nach einem Vorschlag von BRÜHL, nur bei verlustfreien Gebrauchtwagenverkäufen oder gar in Form einer Beteiligung an einem eventuellen Wiederverkaufsgewinn zu gewähren²⁾, denn dies liefe bei den aufgezeigten Verlusten im Gebrauchtwagengeschäft praktisch auf eine Reduzierung der Verkäuferprovisionen hinaus. Der Qualitätsbonus muß vielmehr auf den Gesamterfolg des Neuwagenverkaufes und des mit diesem verbundenen Gebrauchtwagengeschäftes abstellen, in der Art, daß er von einem als ausreichend angesehenen Verkaufsgewinn ansteigend

¹⁾ Vgl. BRÜHL, J.: Leistungslohn für Automobilverkäufer?, Das Autohaus, 1965, S. 248-250, bes. S. 248.

²⁾ Vgl. BRÜHL, J.: Leistungslohn für Automobilverkäufer?, a.a.O., S. 249 f.

gezahlt wird. Dies kann in Form der Einzelabrechnung geschehen oder unter Aufrechnung der positiven und negativen Veräußerungserfolge für einen bestimmten Zeitabschnitt.

Einen entsprechenden Anreiz zur Qualitätsverbesserung kann auch eine Staffelung der Grundprovision nach den Abweichungen der Anrechnungswerte von einem obligatorischen Schätzwert bieten.

ee) Reparaturaufgaben

Für die Lösung der Reparaturprobleme verweisen viele Neuwagenhändler auf gute Erfahrungen bei dem Einsatz sogenannter 'Reparaturspezialisten' in der Gebrauchtwagenabteilung. Diese nur mit dem notwendigsten Werkzeug ausgestatteten Gebrauchtwagenreparateure arbeiten durch die geringere Fixkostenbelastung wesentlich kostengünstiger als die Kundendienstwerkstätten des Handels. Das Volkswagenwerk berichtet z.B. bei ihrem Einsatz von einer Senkung der durchschnittlichen Lohn- und Gemeinkosten pro Arbeitsstunde von 15 DM bis 17 DM in den Kundendienstwerkstätten seiner Händler auf 7 DM bis 8 DM in der Gebrauchtwagenabteilung¹⁾. Ein weiterer Vorteil des Reparaturspezialisten besteht darin, daß er es ermöglicht, die notwendigen Gebrauchtwagenreparaturen ohne Verzug durchzuführen.

ff) Verkauf auf der 'Gebrauchtwagenmesse'

Auch die von den regionalen Händlerverbänden in Zusammenarbeit mit den Leitungen größerer Ausstellungsgelände in zahlreichen Großstädten des Bundesgebietes und in West-Berlin veranstalteten Verkaufsmessen für Gebrauchtfahrzeuge, für die auch die Begriffe Gebrauchtwagenmärkte, -ausstellungen oder -börsen gebräuchlich sind, verdienen für die Verkaufsförderung Beachtung²⁾. In ihnen findet sich zur wirksamen Entlastung der Gebrauchtwagenläger im Frühjahr und häufig auch noch einmal im Herbst der regionale Kraftfahrzeughandel für eine Ausstellungsdauer

¹⁾ Lt. Auskunft der Volkswagenwerk AG, Wolfsburg.

²⁾ Vgl. KOCH, Waldemar: Grundlagen und Technik des Vertriebes, Bd. II, a.a.O., S. 315.

von drei bis vier Tagen zusammen, um seine Gebrauchtfahrzeuge gemeinsam zum Verkauf anzubieten. Die sich daraus ergebenden Absatzvorteile entsprechen denjenigen der Standortagglomeration, denn die gebotene Großauswahl, die das regionale Händlerangebot repräsentiert, übt große Anziehungskraft auf die Käufer aus.

Einen Einblick in ihre Absatzbedeutung geben die im folgenden aufgeführten Ergebnisse des in den Ausstellungshallen am Funkturm jährlich einmal Ende Februar/Anfang März durchgeführten Berliner Gebrauchtwagenmarktes, der größten Veranstaltung dieser Art.

Tabelle 19 Ergebnisse der Berliner Gebrauchtwagenmärkte in den Jahren 1960 bis 1968 ¹⁾

Jahr	Ausstellungszahl	angebotene Fahrzeuge	verkaufte Fahrzeuge		Gesamtumsatz (DM)	Durchschnittserlös je Fahrzeug (DM)
			Stück	Anteil an Spalte 3 (%)		
1	2	3	4		5	6
1960	31	649	381	59,0	1.349.145	3.550
1961	50	1047	583	56,0	2.107.270	3.620
1962	50	1103	598	54,0	2.214.005	3.702
1963	57	1388	781	56,0	2.875.995	3.682
1964	82	1824	806	44,2	3.186.950	3.954
1965	72	1380	657	47,6	2.523.755	3.841
1966	61	1345	618	46,0	2.354.930	3.811
1967	69	1299	564	43,4	2.341.530	4.152
1968	54	1168	519	44,5	2.067.944	3.984
Insgesamt		11203	5507	49,2	21.021.524	3.817

¹⁾ Zusammengestellt lt. Angaben des Verbandes des Kraftfahrzeughandels, Berlin.

Bei den von 155.000 Interessenten besuchten neun Veranstaltungen seit 1960, bei denen zwischen 31 und 82 Händler ausstellten, wurden 5.507 Kraftfahrzeuge, überwiegend Personenwagen, für 21.021.524 DM umgesetzt. Einschließlich der für verkaufte Fahrzeuge nachgeschobenen Gebrauchtwagen konnten dabei durchschnittlich zwischen 43 und 59 % der ausgestellten Fahrzeuge verkauft werden. Das ist für den kurzen Ausstellungszeitraum sein sehr gutes Ergebnis, zumal vorwiegend jüngere und teure Gebrauchtwagen angeboten wurden. Dies zeigen die hohen Durchschnittserlöse zwischen 3.550 DM und 4.152 DM, deren Höhe jedoch nicht unwesentlich auch auf das starke Publikumsinteresse zurückzuführen ist. So stellte schon der Reichsverband des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes im Jahre 1931 ein deutliches Anziehen der Gebrauchtwagenpreise auf Verkaufsaustellungen fest.¹⁾

gg) Versuche zur Lösung des Altwagenproblems

Zur Lösung der Probleme, die der alte Wagen für den Handel mit sich bringt, erörtert die Kraftfahrzeugwirtschaft eine planmäßige Automobilverschrottung. Die Vorschläge reichen von dem radikalen Gedanken, daß der Gebrauchtwagen zur Verschrottung gelangen müsse, sobald sein Besitzer auf seine weiteren Dienste zu verzichten wünscht, über eine staatliche 'Beerdigungssteuer' für Automobile in Form eines Zuschlages auf den Neuwagenpreis, der zur Verschrottung verbrauchter Altwagen dienen soll, bis hin zur Bildung eines nach dem Vorbild der Verschrottungspläne von 1931 von Industrie und Handel finanzierten Verschrottungsfonds, aus welchen dem Handel Prämien für nachgewiesene Automobilverschrottungen gezahlt werden sollen. Vor allem die letzte Möglichkeit wird lebhaft diskutiert, wenngleich derartige Gemeinschaftslösungen in unserem heutigen Wirtschaftssystem kaum durchführbar erscheinen. Die Verwertung und Beseitigung schrottreifer Fahrzeuge bleibt auch nach Meinung des Verbandes der Automobilindustrie eine Angelegenheit, die die Betroffenen vom Fahrzeughalter bis zum Händler selbst lösen müssen.²⁾ Der Zentralverband des Kraftfahrzeughandels, der mit dem Handel und mit verschiedenen anderen interessierten Organisationen in der Verschrottungsfrage Verbindung aufnahm, machte auch die Feststellung, daß, von einzelnen Ausnahmen abgesehen,

¹⁾ Mitteilungen des Reichsverbandes des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes: Markt und Preis des gebrauchten Wagens, Halle (Saale) 1931, S. 714-724, bes. S. 716.

²⁾ Vgl. Das Autohaus, Gebrauchtwagenkatastrophe?, 1964, S. 667.

"ein unmittelbares Interesse an einer Verschrottung soweit, daß auch gewisse Unterstützungsgelder hierfür bezahlt werden könnten, praktisch kaum besteht".¹⁾

Die Bemühungen der Verbände des Handels und der Industrie beschränken sich deshalb zur Zeit darauf, daß in der Zukunft überhaupt ausreichend Verschrottungsmöglichkeiten geschaffen werden, und zwar so, daß dies ohne wesentliche Zuschüsse möglich ist.²⁾ Sie unterstützen mit diesem Ziel den Zusammenschluß der vier größten Schrotthandelsgesellschaften in der Bundesrepublik in einer "Studiengesellschaft für Autoverschrottung mbH", die den Bau von Großverschrottungsanlagen nach amerikanischem Muster mit Jahreskapazitäten bis zu 350.000 Automobilen erwägt, weil nur derartige Großanlagen rentabel arbeiten sollen.³⁾ Abnehmer für den in diesen Anlagen durch spezielle Bearbeitungsverfahren gewonnenen hochwertigen Automobilschrott sind in den großen deutschen Hüttenwerken schon gefunden. Keine Eini-gung ist bisher über den Standort, die Zahl und Größe der Anlagen sowie den Zeitpunkt ihrer Erstellung erzielt worden. Es erscheint wegen der Höhe der Transportkosten, an deren Aufbringung sich nach den Vorstellungen der Studiengesellschaft der Handel, die Industrie sowie die Städte und Gemeinden beteiligen sollen, auch sehr schwierig, die laufende Versorgung dieser Großanlagen mit Gebrauchtfahrzeugen sicherzustellen.

hh) Gebrauchtwagenexport

Zur Entlastung der überfüllten Gebrauchtwagenlager bietet sich dem Neuwagenhandel auch die Möglichkeit des Gebrauchtwagenexportes, über den im Jahre 1966 z.B. 107.000 Gebrauchtwagen in das Ausland flossen.

¹⁾ Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Bericht über das Geschäftsjahr 1964/65, ZDK-Mitteilungen 1965, S. 59-87, bes. S. 73.

²⁾ Ebenda.

³⁾ Vgl. Der Spiegel, Futter für Luria, 19.Jahrg., Nr. 43, Hamburg 1965, S. 93 f, bes. S. 93.

Tabelle 20 Gebrauchtwagenexporte aus der Bundesrepublik Deutschland im Jahre 1966 ¹⁾

Fahrzeugart	Stückzahl
Pkw und Kombiwagen	88.159
Kraftomnibusse	1.130
Lastkraftwagen	17.988
Insgesamt	107.277

Es bestehen vor allem in diejenigen Länder gute Exportschancen, die über keine oder nur über eine unbedeutende Kraftfahrzeugproduktion verfügen. So wurden 1966 mit 55.000 Fahrzeugen fast 60 % aller gebraucht ausgeführten Personen- und Kombinationskraftwagen in die Beneluxländer exportiert, von denen allein die Niederlande 46.000 Stück abnahmen. ²⁾ Es folgten in weitem Abstand Griechenland und die USA mit 6.517 bzw. 6.346 Gebrauchtwagen. Für bestimmte Fabrikate und Typen, wie Mercedes-, Porsche- und Volkswagen, besteht also auch in den USA ein aufnahmefähiger Markt. Weitere größere Abnahmeländer mit Exporten zwischen 1.000 und 3.000 Fahrzeugen waren der Iran, Norwegen, Österreich, die Türkei, der Libanon und Frankreich.

Die Ausfuhr in die jüngeren Entwicklungsländer, in denen genügend solvente Geschäftspartner und die notwendigen Kundendiensteinrichtungen häufig fehlen, sind demgegenüber noch gering. Dies gilt wegen der politischen Situation und der herrschenden Devisenknappheit auch für die Gebrauchtwagenexporte in die großen Bedarfsländer des Ostblocks.

Der mit 17.988 Stück überraschend hohe Anteil der Lastkraftwagen an den in Tabelle 20 ausgewiesenen Exporten zeigt, daß die Gebrauchtwagenausfuhr auch für den Nutzfahrzeugmarkt ein wertvolles Ventil darstellt. Größter Abnehmer war hier Griechenland mit über 4.000 Fahrzeugen vor Belgien/Luxemburg, den Niederlanden und Frankreich. Gebrauchte Kraftomnibusse wurden demgegenüber vorwiegend nach Frankreich, Österreich, dem Irak und nach Belgien/Luxemburg exportiert.

¹⁾ Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Bericht über das Geschäftsjahr 1966/67, ZDK-Mitteilungen, 1967, S. 87-104, bes. S. 98.

²⁾ Diese und die folgenden Angaben lt. Sonderzählung des KBA, Rundschreiben des Zentralverbandes des Kraftfahrzeughandels W 59/67 vom 17.5.1967, S. 2 ff.

Altersmäßig handelte es sich bei den Gebrauchtwagenexporten entgegen der verbreiteten Ansicht, daß Ausfuhrchancen nur für hochwertige Gebrauchtwagen bestünden, die sich auch im Inland gut verkaufen lassen ¹⁾, um vorwiegend ältere Fahrzeuge. Dies beweist das hohe Durchschnittsalter der im Jahre 1964 ausgeführten Gebrauchtwagen von fünf Jahren ²⁾. Der Export bietet demnach insbesondere auch für die im Inland schwerverkäuflichen älteren Fahrzeuge eine wirksame Entlastungsmöglichkeit, die bevorzugt in die Niederlande, Jugoslawien, Griechenland und die Türkei ausgeführt werden. ³⁾

c) Außerbetriebliche Förderungsmöglichkeiten des Gebrauchtwagenabsatzes

aa) Senkung der Haltungskosten

Eine wirksame, außerhalb des direkten Einflußbereiches des Kraftfahrzeughandels und der Industrie liegende Förderungsmöglichkeit des Gebrauchtwagenabsatzes, die auch dem 'reinen' Gebrauchtwagenhandel zugute käme, wäre schließlich eine Senkung der Kraftfahrzeughaltungskosten, denn ihre gegenwärtige Höhe hält zahlreiche Interessenten vom Gebrauchtwagenkauf ab.

Die Kritik der Kraftfahrzeugwirtschaft betrifft primär die hohe fiskalische Belastung der Fahrzeughaltung durch Kraftfahrzeugsteuer und Mineralölabgaben ⁴⁾, aus denen die Bundesländer und der Bund 1967 ein Steueraufkommen von 12,5 Mrd. DM erzielten ⁵⁾. Die im Handel und in der Industrie verbreitete Meinung, daß die dargestellten Gebrauchtwagenprobleme eine direkte Folge dieser hohen Belastung seien, so daß nach Lage der Dinge ihre Lösung auch nur durch fiskalische Eingriffe möglich ist, kann jedoch nicht gefolgt werden, denn

¹⁾ Vgl. SCHLAGHECKEN, A.: a.a.O., S. 157 f.

²⁾ Verband der Automobilindustrie: Tätigkeitsbericht 1964/65, Frankfurt 1965, S. 3.

³⁾ Vgl. Das Autohaus: Gebrauchtwagenexport eine Chance für alle, 1964, S. 9 f, bes. S. 10.

⁴⁾ Verband der Automobilindustrie: Die fiskalische Belastung des Kraftverkehrs in der Bundesrepublik und im Ausland (unveröffentlicht, Frankfurt 1957), S. 4 u. CHRIST, Jürgen: a.a.O., S. 60 u.a.

⁵⁾ Vgl. ADAC-Motorwelt: Am Benzinpreis ist nur ein Drittel echt, 21. Jahrg., Heft 10, München 1968, S. 26 f, bes. S. 26.

nicht in der Unterkonsumtion von Gebrauchtwagen aufgrund unangemessen hoher Haltungskosten, sondern in der 'Gebrauchtwagenüberproduktion' durch überhöhte Inzahlungnahmen unter dem Neuwagenabnahmedruck der Hersteller und in der ungünstigen Konkurrenzsituation gegenüber den privaten Verkäufern wurden die eigentlichen Ursachen der Gebrauchtwagenprobleme des Neuwagenhandels erkannt. Es bleibt der Kraftfahrzeugwirtschaft jedoch unbenommen, eine Senkung der Kraftfahrzeugsteuer und Mineralölabgaben zu fordern, wenngleich hierfür zur Zeit nur geringe Aussichten bestehen, da ihr die Bundesländer bzw. der Bund wegen der befürchteten Reduzierung ihrer Steuereinnahmen kaum zustimmen dürften. Daß eine Steuersenkung nicht zwangsläufig zu einer Verringerung des Steueraufkommens führen muß, beweisen jedoch die Kraftfahrzeugsteuerbefreiung für neue Pkw und die Möglichkeit der Steuerablösung für gebrauchte Fahrzeuge im Zuge der motorisierungsfördernden Maßnahmen der nationalsozialistischen Regierung nach 1933 ¹⁾. Hier wurde der Steuerausfall in der Folgezeit mehr als ausgeglichen durch zusätzliche Einnahmen aus der Mineralölbelastung und durch die belebenden Wirkungen der steigenden Motorisierung auf die gesamte Wirtschaft ²⁾.

Für die Förderung des Gebrauchtwagenverkaufes hätte vor allem die Senkung der Kraftfahrzeugsteuer als fixem Kostenelement große Absatzbedeutung. Dies könnte schon durch eine alleinige Steuersenkung für Gebrauchtwagen oder aber eine altersmäßige Staffelung der allgemeinen Steuersätze, wie sie z.B. in Norwegen verwirklicht ist ³⁾, erreicht werden. Ebenso wird die Einführung eines Wechselschildes für Kraftfahrzeuge vorgeschlagen, um den Gebrauchtwagenabsatz durch die Erleichterung der Zweitwagenhaltung zu fördern ⁴⁾. Im Falle einer derartigen Regelung, wie sie z.B. in der Schweiz besteht, wäre bei Zuteilung eines auswechselbaren polizeilichen Kennzeichens, das für mehrere Fahrzeuge verwendet werden kann, nur einmal eine erhöhte Kraftfahrzeug-

¹⁾ Zentralverband des Kraftfahrzeughandels (Hrsg.): Der Kraftfahrzeugkaufmann, 1. Aufl., a.a.O., S. 262.

²⁾ Vgl. Arbeitsausschuß Kraftverkehrswirtschaft (ADAC, VDA, ZDK u.a.): Die Frage einer Revision der Kraftfahrzeugsteuergesetzgebung, Frankfurt 1952.

³⁾ Verband der Automobilindustrie: Die fiskalische Belastung des Kraftverkehrs in der Bundesrepublik und im Ausland; a.a.O., S. 51 f.

⁴⁾ Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Bericht über das Geschäftsjahr 1962/63, ZDK-Mitteilungen, 1963, S. 50-80, bes. S. 65.

steuer zu zahlen. Davon würde jedoch nur ein kleiner einkommenskräftiger Käuferkreis profitieren.

Auch etwaige absatzfördernde Wirkungen einer grundlegenden Steuerreform gilt es in die Betrachtung einzubeziehen, zumal für eine einheitliche Kraftfahrzeugsteuerregelung in der EWG für Personen- und Kombinationskraftwagen die Ablösung der gegenwärtigen Hubraum-Besteuerung wahrscheinlich ist. Als EWG-Steuer sind vorrangig im Gespräch: ¹⁾

1. eine Preissteuer
2. eine Flächensteuer
3. eine Gewichtsteuer
4. eine Kraftstoffsteuer.

1. Bei einer Preisbesteuerung, wie sie zur Zeit in England besteht, wird die bisher über die gesamte Lebensdauer verteilte Kraftfahrzeugsteuer in einem einmaligen Aufschlag auf den Neuwagenpreis erhoben. Da ein gebraucht erworbenes Kraftfahrzeug nicht mehr der Besteuerung unterliegt, ist diese Besteuerungsart gut geeignet, den Gebrauchtwagenabsatz zu fördern. Die um die Steuer erhöhten Neuwagenpreise würden jedoch den Neuwagenabsatz stark hemmen. Deshalb sind die Chancen für die Einführung der Preissteuer nur gering.
2. Eine Besteuerung der Automobilgrundfläche macht - wie die bisherige Hubraumsteuer - keinen Unterschied zwischen neuen und gebrauchten Kraftwagen. Indem sie den Bau kompakter Automobile fördert, würde sie jedoch den Absatz der durch die Hubraumsteuer besonders stark belasteten höherklassigen Fahrzeuge begünstigen. Der in den letzten Jahren rückläufige Verkauf von Kleinwagen, die im Falle der Flächensteuer einer erhöhten Belastung unterlägen, würde andererseits zusätzlich erschwert.
3. Der Gewichtsteuer wird die größte Chance als EWG-Steuer eingeräumt, da sie sowohl die Straßenbelastung als auch die Inanspruchnahme des Verkehrsraumes berücksichtigt. Ebenso böten Motorenarten, wie in jüngster Zeit der Wanckelmo-

¹⁾ Vgl. zu diesen und den folgenden Ausführungen ADAC-Motorwelt: Wie wird Ihr Kraftfahrzeug in Zukunft besteuert?, 17. Jahrg., Heft 10, München 1964, S. 30-32.

tor, keine Erfassungsprobleme. Wie die Flächenbesteuerung bewirkt jedoch auch die Gewichtsteuer gegenüber der bisherigen Regelung nur geringfügige Steuerbelastungsänderungen insoweit, als sie die Steuerbelastung der größeren Fahrzeuge verringern und für die Kleinwagen erhöhen würde. Für die Lösung der Gebrauchtwagenprobleme bietet sie deshalb ebenfalls keinen grundlegenden Vorteil.

4. Einen starken absatzfördernden Effekt hätte demgegenüber eine reine Verbrauchsteuer auf den Kraftstoff, denn mit der Senkung der fixen Haltungskosten durch Überwälzung der Kraftfahrzeugsteuer auf die variablen Betriebskosten würde für viele bisher nicht motorisierte Kraftfahrzeuginteressenten ein wesentliches Kaufhindernis abgebaut ¹⁾. Die Kraftstoffsteuer, die mit dem Kraftstoff im Tank ständig bezahlt wäre, hätte auch insofern eine beträchtlich kaufanreizende Wirkung, als sie den Wenigfahrern zugute käme, zu denen die meisten privaten Kraftfahrzeugbesitzer zählen. Ihre Einführung würde darüber hinaus einen Beitrag zur Lösung des Altwagenproblems leisten, denn mit zunehmender Unwirtschaftlichkeit durch steigenden Kraftstoffverbrauch im Alter wäre ein deutlicherer Anreiz als bisher zur Außerbetriebsetzung von Altfahrzeugen geschaffen ²⁾. Den genannten Vorteilen der Kraftstoffsteuer, zu denen auch ein wesentlich verringerter Erhebungsaufwand zählt, steht der große Nachteil gegenüber, daß sie den gewerblichen Kraftfahrzeugverkehr um ein Vielfaches stärker belasten würde als bisher ³⁾. Dadurch erscheint auch ihre Einführung in der EWG sehr fraglich.

Ein Abbau der fixen Haltungskosten könnte auch durch eine Verringerung der Versicherungskosten erzielt werden. Wie die jüngsten Prämienerhöhungswünsche der Versicherer für die Haftpflichtversicherung zeigen, sind die Aussichten für derartige Maßnahmen jedoch gering.

Auch eine Wiedererhöhung der steuerlichen Kilometerpauschale für kraftfahrende Arbeitnehmer, die zur Zeit als unzureichend angese-

¹⁾ Vgl. Der Volkswirt. Wirtschafts- und Finanzzeitung: Blockierter Gebrauchtwagenmarkt, 8. Jahrg., Nr. 50, Frankfurt a.M., 1954, S. 21 f, bes. S. 22.

²⁾ Vgl. REICHERT, Harro: Kraftfahrzeugsteuer Überholungsbedürftig, Der Volkswirt. Wirtschafts- und Finanzzeitung, 7. Jahrg., Nr. 48, Frankfurt a.M., 1953, S. 9-12, bes. S. 10.

³⁾ Vgl. CHRIST, Jürgen: a.a.O., S. 74 f.

hen werden muß, hätte einen beträchtlichen absatzfördernden Effekt. Dies wird daran deutlich, daß ihre Herabsetzung zum 1. Januar 1967 von 0,50 DM auf 0,36 DM - wie geschildert - wesentlich zur Verschärfung der jüngsten Absatzkrisse auf dem Kraftfahrzeugmarkt beitrug.

bb) Beseitigung sonstiger Absatzhemmnisse

Allgemeine Voraussetzung für die Ausdehnung des Gebrauchtwagenabsatzes ist neben den vorgenannten Maßnahmen, daß die Käufer ihre Fahrzeuge ohne belastende zeitliche und komfortmäßige Einschränkungen benutzen können. Dies setzt den Ausbau eines dichten, den Anforderungen des modernen Verkehrs jederzeit gewachsenen Straßennetzes voraus. In der Bundesrepublik Deutschland und hier speziell in den städtischen und industriellen Ballungszentren sind, wie zahlreiche Engpässe, der Mangel an Parkmöglichkeiten sowie die große Zahl der Verkehrsunfälle zeigen, diese Voraussetzungen nur unzureichend erfüllt. Dies empfinden immer mehr Fahrzeugbesitzer als Belastung und hält nicht wenige Neu- und Gebrauchtwageninteressenten vom Kauf ab. Die zukünftigen Gebrauchtwagenabsatzmöglichkeiten werden somit auch davon abhängen, inwieweit es gelingt, diese brennenden Verkehrsprobleme zu lösen.

IV. ZUSAMMENFASSUNG

Die vorliegende Untersuchung wollte die Besonderheiten und die spezifische Problematik des deutschen Gebrauchtwagenhandels aus unparteiischer Sicht darstellen und Lösungswege für die vielschichtigen Probleme dieses Marktes aufzeigen. Dazu wurden, ausgehend von der Klärung des Gebrauchtwagenbegriffs, zunächst die Gründe für die Entstehung des Gebrauchtwagenhandels untersucht. Hierbei standen unter den Angebotsgründen die von der Modellpolitik der Neuwagenhersteller ausgehenden wirtschaftlichen und technischen Ersetzungsreize sowie Mode- und Prestige Gründe im Vordergrund.

Es folgte ein Abriss der Entwicklung des Gebrauchtwagenabsatzes in der Vergangenheit, in der sich vor allem die Jahre nach dem zweiten Weltkrieg durch eine starke Ausdehnung des Gebrauchtwagenhandels auszeichneten. Dies betraf besonders die Märkte für gebrauchte Personen- und Kombinationskraftwagen, auf denen sich der als Hauptgrund des vorzeitigen Kraftfahrzeugersatzes beschriebene systematische Modellwechsel der Hersteller, gefördert durch Abschreibungsvergünstigungen, den wachsenden Wohlstand der Autobesitzer und die Kaufkraftsteigerungen weiter, bisher unmotorisierter Bevölkerungsschichten voll auswirkte. Das Einkommenswachstum der kaufkraftärmeren Bevölkerungsteile hatte dabei in der Gebrauchtwagennachfrage ein immer stärkeres Vordringen der Arbeitnehmer und unter ihnen besonders der Arbeiter zur Folge. Darüber hinaus wurde in den letzten Jahren ein deutlicher Trend zu größeren Fahrzeugen offenbar.

Die anschließende, von den Veräußerungsproblemen der privaten Gebrauchtwagenanbieter ausgehende Analyse der Formen des Gebrauchtwagenhandels enthüllte den Gebrauchtwagen:

1. als Objekt direkter Verkaufsvereinbarungen von Voreigentümer und Nachverwender
2. als Gegenstand 'reiner' Gebrauchtwagenhändler und Gebrauchtwagenvermittler
3. als Mittel und Bestandteil des Neuwagenabsatzes.

Dazu konnten genauere Zahlen über die Anteile der Hauptverkaufswege vorgelegt werden. Sie zeigten, entgegen einer verbreiteten Überschätzung der über den Neu-

wagenhandel umgesetzten Gebrauchtfahrzeuge, daß auf dem Personen- und Kombinationskraftwagenmarkt der größte Teil der Gebrauchtwagen außerhalb des gewerblichen Kraftfahrzeughandels umgesetzt wird. Dem 'reinen' Gebrauchtwagenhandel kam demgegenüber geringere Bedeutung zu.

Die Probleme des Gebrauchtwagenhandels gingen wegen der strukturellen Eigenart dieses Handelszweiges und dem besonderen Warencharakter des Gebrauchtwagens sowie wegen starker fiskalischer Einflüsse über allgemeine Handelsprobleme hinaus. Dabei standen den Verkaufsschwierigkeiten des einzelnen Gebrauchtwagenanbieters die Gebrauchtwagenprobleme der 'reinen' Gebrauchtwagenhändler und des Neuwagenhandels gegenüber. Die Probleme des institutionellen Gebrauchtwagen-Einzelhandels betrafen Besonderheiten, die sich aus der Natur der vertriebenen Ware ergeben, wie insbesondere Bewertungsschwierigkeiten. Hinzu traten ungünstige Konkurrenzbeziehungen zum Privathandel und zum Neuwagenhandel. Darüber hinaus erwies sich das verbreitete Käufermißtrauen als ein wesentliches Absatzhemmnis. Unter den Möglichkeiten zu ihrer Lösung wurden deshalb neben allen denjenigen Schritten, die geeignet erschienen, Absatzvorteile vor den Konkurrenten zu sichern, wie die optimale Erfüllung der Informations-, Beratungs- und Sortimentsaufgaben und die Teilzahlungsgewährung, vor allem vertrauenfördernde Maßnahmen in den Vordergrund gestellt. Diese beinhalteten unter anderem Empfehlungen für ein vertrauenerweckendes Warenangebot und Bedienungsprinzip sowie die Einführung von Kundendienst-, Kulanz- und Garantiemaßnahmen.

Hinsichtlich der Beteiligung des Neuwagenhandels am Gebrauchtwagengeschäft wurde als grundlegender funktioneller Zusammenhang zwischen dem Gebrauchtwagenabsatz und dem Neuwagenhandel dargelegt, daß der Gebrauchtwagen als Produkt vorzeitiger Ersetzungsbestrebungen in der Vergangenheit eine wesentliche Ausdehnung des Neuwagenabsatzes ermöglicht hat. Dies machte die intensive Förderung des vorzeitigen Kraftfahrzeugersatzes von Seiten der Industrie durch den schnellen Wechsel der Fahrzeugmodelle und -bauformen und ihre Unterstützung durch die Inzahlungnahme von gebrauchten Fahrzeugen beim Neuwagenverkauf verständlich.

Aus der unabdingbaren Notwendigkeit für einen ausreichenden Neuwagenabsatz, Gebrauchtwagen in Zahlung zu nehmen, sowie durch den herrschenden starken Wettbewerb infolge überhöhter Abnahmeforderungen der Neuwagenhersteller und aus den

Verkaufsvorteilen der privaten Gebrauchtwagenanbieter erwuchsen dem Neuwagenhandel jedoch schwerwiegende Gebrauchtwagenprobleme. Sie betrafen neben mengenmäßigen, sortimentspolitischen, zeitlichen und anderen Nachteilen für das Gebrauchtwagengeschäft insbesondere eine verbreitete Überbewertung bei der Anrechnung auf den Neuwagenkauf. Über sie vollzieht sich heute, wie ausführlich dargelegt wurde, zu einem wesentlichen Teil der Preiswettbewerb auf dem Neuwagenmarkt mit der Folge hoher Verluste im Gebrauchtwagengeschäft. Diese Verluste konnten anhand von Betriebsvergleichsergebnissen eines großen deutschen Herstellerwerkes zahlenmäßig nachgewiesen werden. Die wettbewerbsrechtlichen Konsequenzen dieses Vorgehens waren, abgesehen von Verstößen gegen ein sich aus dem Rabattgesetz ableitendes Überbewertungsverbot, eine verbreitete Durchbrechung des herrschenden Preisbindungssystems auf dem Personen- und Kombinationskraftwagenmarkt. Dabei wurde hinsichtlich des höchstzulässigen Anrechnungswertes bei der Inzahlungnahme festgestellt, daß unter wirtschaftlichem Aspekt entgegen der herrschenden Rechtsprechung eine Überbewertung nur dann vermieden werden kann, wenn die Inzahlungnahme - abgesehen von Fahrzeugverbesserungen und einer etwaigen zulässigen Überbewertung im Rahmen des § 2 RabG - zum erwarteten Wiederverkaufswert abzüglich der Veräußerungskosten und der vom Händler zu tragenden Umsatzsteuerbelastung erfolgt.

Die Aufhebung der Neuwagenpreisbindung und ihre Ablösung durch ein Nettopreisystem erschienen als Folge der verbreiteten Durchbrechung der Neuwagenpreise über kurz oder lang unvermeidlich, sofern nicht konsequente Schritte zur Lösung der dargestellten Probleme unternommen werden. Diese betrafen die Grundforderung an die Hersteller, die Erzeugung und die Abnahmeverpflichtungen des Handels sowie die Zahl der Handelsbetriebe besser als bisher an den gegebenen Absatzmöglichkeiten auszurichten und eine strenge Überwachung der Neuwagenpreisbindungen sicherzustellen. Wie festgestellt wurde, wäre ihre Einhaltung jedoch nur bei einem einheitlichen Vorgehen der Herstellerwerke und bei einer wirksamen Absicherung der Neuwagenpreise vor direkten und indirekten Umgehungen gewährleistet. Eine zu diesem Zweck geplante horizontale Preisbindung und ihre Absicherung durch eine Schätzverpflichtung mit Einhaltungszwang ebenso wie die als Ersatzmaßnahme erwogene autonome Einführung einer derartigen Schätzklausel in die bestehenden Preisbindungs-

verträge erwiesen sich jedoch als unvereinbar mit dem herrschenden Wettbewerbsgesetz.

Für den Neuwagenhandel ergab sich unter diesen Voraussetzungen die Notwendigkeit, zumindest im Rahmen seiner betrieblichen Möglichkeiten das Gebrauchtwagengeschäft so erfolgreich wie möglich zu gestalten. Dazu wurden neben der grundsätzlichen Erkenntnis der Absatzbedeutung des Gebrauchtwagens und der richtigen Einschätzung seiner Marktlage unter anderem die Anwendung der schon zur Gesundung des 'reinen' Gebrauchtwagenhandels erörterten allgemeinen Förderungsmittel des Gebrauchtwagenabsatzes sowie spezifische organisatorische, kalkulatorische und sortimentspolitische Maßnahmen gefordert. Darüber hinaus wurde gezeigt, daß Gebrauchtwagenmessen und der Gebrauchtwagenexport wirksame Entlastungsmöglichkeiten für die Lager des Handels bieten.

Zusätzlich wurde zur Lösung der Probleme der Gebrauchtwagen- und Neuwagenhändler auf die Notwendigkeit einer gerechteren Umsatzbesteuerung des gewerblichen Gebrauchtwagengeschäftes und die absatzfördernden Wirkungen einer Senkung der Kosten der Gebrauchtwagenhaltung verwiesen. Eine Voraussetzung allgemeiner Art für die Förderung und weitere Ausdehnung des Gebrauchtwagenabsatzes stellte daneben die Lösung der dringenden Verkehrsprobleme dar.

LITERATURVERZEICHNIS

a) Selbständige Bücher und Schriften

- Adelt, Richard: Die Krise in der deutschen Personenautomobilindustrie, Diss., München 1930
- Arbeitsausschuß Kraftverkehrswirtschaft (ADAC, AVD, VDA, ZDK u.a.): Die Frage einer Revision der Kraftfahrzeugsteuergesetzgebung, Frankfurt 1952
- Bang, R.: Wie schütze ich mich vor Übervorteilung und Schadensersatzansprüchen beim Gebrauchtwagen An- und Verkauf sowie Miete, Leihe und Reparatur eines Kraftfahrzeuges, 'Wehr Dich', Aktuelle Rechtsschutzfibeln - Kleine Reihe -, Hrsg. Bang, R. und Böckmann, Walter, Bielefeld o.J.
- Behrens, Karl Christian: Senkung der Handelsspannen, Köln u. Opladen 1949
- Beschaffung-Lagerung-Absatz, in: Die Verwaltung, Hrsg. Giese, Friedrich, Bd. 66, Braunschweig 1956
- Betriebslehre des Außenhandels, Essen 1957
- Marktforschung, in: Die Wirtschaftswissenschaften, Hrsg. Gutenberg, Erich, Wiesbaden 1959
- Allgemeine Standortbestimmungslehre, Der Standort der Betriebe, Bd. I, Köln u. Opladen 1961
- Der Standort der Handelsbetriebe, Der Standort der Betriebe, Bd. II, Köln u. Opladen 1965
- Absatzwerbung, in: Die Wirtschaftswissenschaften, Hrsg. Gutenberg, Erich, Wiesbaden 1963
- Kurze Einführung in die Handelsbetriebslehre, Sammlung Poeschel, Reihe III, P 45, Stuttgart 1966
- Bartsch, Herbert (Hrsg.): Autohaus-Branchenspiegel 1965, München
- Bidlingmaier, Johannes, Jacobi Helmut, Uhrek, Edgar W. (Hrsg.): Absatzpolitik und Distribution, Festschrift für Karl Christian Behrens, Studienreihe: Betrieb und Markt, Sonderband, Wiesbaden 1967
- v.Brunn, Johann Heinrich: Die Händlerverträge der Kraftfahrzeugwirtschaft, Frankfurt a.M. 1949
- Zur Preisbindung der 2. Hand auf dem Automobilmarkt, Köln, Berlin, Bonn, München 1962
- Buck, Werner: Ratschläge für Käufer gebrauchter Autos, Würzburg 1956
- Budczies, Michael: Der Automobilvertrags Händler in Deutschland, den USA und Frankreich. Eine rechtsvergleichende Studie, Diss., Köln 1959
- Buddeberg, Hans: Betriebslehre des Binnenhandels, in: Die Wirtschaftswissenschaften, Hrsg. Gutenberg, Erich, Wiesbaden 1959
- Bülow, Friedrich u. Langen Heinz: Wörterbuch der Wirtschaft. 4. Aufl., Stuttgart 1963

- Bürgi, Eugen: Das Waren-Sortiment im Detailhandel mit besonderer Berücksichtigung des Lebensmitteldetailhandels, Unternehmung und Betrieb, Bd. 15, Bern 1949
- Busch, Klaus W.: Strukturwandlungen der westdeutschen Automobilindustrie. Ein Beitrag zur Erfassung und Deutung einer industriellen Entwicklungsphase im Übergang vom produktionsorientierten zum marktorientierten Wachstum, Volkswirtschaftliche Schriften, Hrsg. Broermann, J., Heft 101, Berlin 1965
- Christ, Jürgen: Untersuchung absatzhemmender Faktoren in der westdeutschen Automobilindustrie und der Möglichkeiten ihrer Beseitigung, Diss., Frankfurt a.M. 1955
- Deutsche Automobil-Treuhand GmbH: Die Bedeutung einer marktgerechten Bewertung von gebrauchten Wagen für die Kraftfahrzeug-Wirtschaft (Die Aufgaben der Deutschen Automobil-Treuhand G.m.b.H.), Informationsschrift, ohne Ort und Jahr
- Treuhänder der Kraftfahrt, Informationsschrift, ohne Ort und Jahr
- Marktordnung für die Deutsche Automobilwirtschaft mit Verpflichtungserklärung I (Industrie) und H (Händler), Berlin 1935
- Deicke, Heinrich: Die Analyse des deutschen Automobilmarktes und die Beobachtung seiner Tendenzen, Diss., Halle 1931
- Essig, Enno: Die Entwicklung der deutschen Automobilindustrie in der Nachkriegszeit und ihre volkswirtschaftlich wichtigsten Probleme, Diss., München 1935
- Ford, Henry: Mein Leben und Werk, übersetzt von C. u. M. Thesing, 24. Aufl., Leipzig 1923
- Ford-Werke AG: Aufbereiten von Gebrauchtwagen (Aufbereitungsanleitung für Ford-Händler), ohne Ort und Jahr
- Gercke, Kleinrath, Härdrich: Aufstieg oder Untergang von Automobil-Industrie und -Handel in Deutschland, Berlin 1931
- Gümbel, Rudolf: Die Sortimentspolitik in den Betrieben des Wareneinzelhandels, in: Beiträge zur betriebswirtschaftlichen Forschung, Hrsg. Gutenberg, Erich, Hasenack, Wilhelm u.a., Bd. 21, Köln u. Opladen 1963
- Gutenberg, Erich: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, 1. Bd., Die Produktion, 13. Aufl., Berlin, Heidelberg, New York 1967
- Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, 2. Bd., Der Absatz, 10. Aufl., Berlin, Heidelberg, New York 1967
- Hagenauer, Ludwig: Die Bedeutung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen für die Absatzorganisation der Automobilindustrie, Diss., Mainz 1964
- Hassinger, Johanna: Die Marktordnung der deutschen Automobilwirtschaft. Ihre markt- und betriebswirtschaftlichen Voraussetzungen und ihre Durchführung, Betriebs- und verkehrswirtschaftliche Forschungen, Hrsg. Mellero-wicz, Konrad; Deutsch, Paul u.a., Berlin 1939
- Hax, Karl: Die Substanzerhaltung der Betriebe, Köln u. Opladen 1957

- Hellauer, Josef: Welthandelslehre, Wiesbaden 1954
- Heuss, Ernst: Allgemeine Markttheorie, Tübingen, Zürich 1965
- Hirsch, Julius: Der moderne Handel, seine Organisation und Formen und die staatliche Binnenhandelspolitik, in: Grundriß der Sozialökonomik, 5. Abt., II. Teil, 2. Aufl., Tübingen 1925
- Hoffmann, P.G. u. Green, J.H.: Marketing Used Cars, New York 1929
- Huhle, Harry: Die Finanzierung des Automobilabsatzes, Diss., Dresden 1933
- Institut für Handelsforschung an der Universität Köln: Beschaffung, Lagerung, Absatz und Kosten des Einzelhandels in der Bundesrepublik Deutschland in den Jahren 1955, 1956, 1957, Hrsg. Seyffert, Rudolf, Köln u. Opladen 1959
- Kalussis, Demetre: Betriebslehre des Einzelhandels, Köln u. Opladen 1960
- Katona, George: Das Verhalten der Verbraucher und Unternehmer, Tübingen 1960
Der Massenkonsum, Wien, Düsseldorf 1965
- Klapper, Edmund: Die Entwicklung der deutschen Automobilindustrie, Diss., Würzburg 1910
- Klein-Blenkers, Fritz: Die Ökonomisierung der Distribution, Schriften zur Handelsforschung, Hrsg. Seyffert, Rudolf; Sundhoff, Edmund u.a., Nr. 27, Köln u. Opladen 1964
- Kleinrath, Ernst: Die Krisis im Kraftfahrzeuggewerbe, Schriftenreihe des RDK, Nr. 5, Berlin 1929
- Koch, Waldemar: Grundlagen und Technik des Vertriebes, Bd. I u. II, Berlin 1950
- König, Adolf: Ankauf und Unterhaltung gebrauchter Kraftwagen, Autotechnische Bibliothek, Bd. 45, Berlin 1918
- Kosiol, Erich: Warenkalkulation in Handel und Industrie, 2. Aufl., Stuttgart 1953
- Kramer, Jaques: Automobilhandbuch, Bd. 1, Bern 1951
- Kreikebaum, Hartmut u. Rinsche, Günter: Das Prestigemotiv in Konsum und Investition, Beiträge zur Verhaltensforschung, Hrsg. Schmölders, Günter, Heft 4, Berlin 1961
- Lauterbach, Albert: Psychologie des Wirtschaftslebens, Rowohlt's deutsche Enzyklopädie, Hamburg 1962
- Meibes, Otto: Die deutsche Automobilindustrie, Berlin 1928
- Nägele, Hermann: Marktbeobachtung und Marktanalyse in der deutschen Automobilindustrie, Diss., Frankfurt a.M. 1931
- National Automobile Dealers Association: Official Used Car Guide, Vol. 34, Washington 1964
- Nieschlag, Robert: Binnenhandel und Binnenhandelspolitik, Berlin 1959
- Nimptsch, Reinhold: Marktbeobachtung und Wirtschaftsführung in der Kraftfahrzeugindustrie, Berlin 1930
- Oberparleiter, Karl: Funktionen und Risiken des Warenhandels, 2. Aufl., Wien 1955

- Ott, Alfred Eugen: Marktform und Verhaltensweise, Stuttgart 1959
- Packard, Vance: Die große Verschwendung (The Waste Makers), übersetzt von Walther Schwerdtfeger, Düsseldorf 1961
- Petermann, Günter: Marktstellung und Marktverhalten des Verbrauchers, Studienreihe: Betrieb und Markt, Hrsg. Behrens, Karl Christian, Bd. IV, Wiesbaden 1963
- Reddewig, Georg u. Dubberke, Hans-Achim: Einkaufsorganisation und Einkaufsplanung, in: Die Wirtschaftswissenschaften, Hrsg. Gutenberg, Erich, Wiesbaden 1959
- Reichsverband der deutschen Automobilindustrie: Festschrift zum 25-jährigen Bestehen des RDA 1901 - 1926, Berlin 1926
- Reichsverband des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes: 25 Jahre Verbandsarbeit, Halle (Saale) 1935
- Röper, Burkhardt: Die vertikale Preisbildung bei Markenartikeln. Untersuchung über Preisbildung- und Preisbindungsvorgänge in der Wirklichkeit, Tübingen 1955
- Röttger, Hermann: Die Struktur des deutschen Automobil-Einzelhandels mit Personenkraftwagen, Diss., Köln 1940
- Ruberg, Carl: Der Einzelhandelsbetrieb, Betriebswirtschaftliche Bibliothek, Hrsg. Hasenack, Wilhelm, Essen 1951
- Ruchti, Hans: Die Abschreibung, Stuttgart 1953
- Rühle, Herbert: Lage und Leistungen im selbständigen Kraftfahrzeughandel. Die Lage im Garagen- und Tankstellengewerbe bis 1938, in: Berichte über Lage und Leistungen in Zweigen des Großhandels und des Einzelhandels, Hrsg. Forschungsstelle für den Handel, Nr. 56, Berlin 1939
- Sandig, Kurt: Betriebswirtschaftspolitik, 2. Aufl. von: Die Führung des Betriebes. Betriebswirtschaftspolitik, Stuttgart 1966
- Schäfer, Erich: Grundlagen der Marktforschung, Marktuntersuchung und Marktbeobachtung, 4. Aufl., Köln u. Opladen 1966
- Die Aufgabe der Absatzwirtschaft, Köln u. Opladen 1950
- Schär, Johann Friedrich: Allgemeine Handelsbetriebslehre, Handels-Hochschul-Bibliothek, Hrsg. Apt, Max, Bd. 11, 4. Aufl., Leipzig 1921
- Schley, Edgar: Scheinwerfer auf den Kraftfahrzeugabsatz, Halle (Saale) 1936
- Schmalenbach, Eugen: Selbstkostenrechnung und Preispolitik, 6. Aufl., Leipzig 1934
- Schneider, Kurt: Die Hauptprobleme des Kraftfahrzeugabsatzes in Deutschland, Diss., Hamburg 1933
- Schreiterer, Gerhard: Raumökonomie im Einzelhandel, Düsseldorf 1955
- Schwacke, Hans W.: Marktbericht für Gebrauchtfahrzeuge PKW, Frankfurt a.M. 1962 bis 1967
- Marktbericht für Gebrauchtfahrzeuge LKW, Frankfurt a.M. 1964 bis 1967

- Schwacke, Hans W.: Marktbericht für Occasionswagen, Frankfurt a.M. 1963
Absatzprognose und Marktverhältnisse bis 1970 auf dem PKW-Sektor, Frankfurt a.M. 1964
Kaufendenzen und Käuferwünsche bei Personenwagen in der BRD, Frankfurt a.M. 1965
- Seyffert, Rudolf (Hrsg.): Handbuch des Einzelhandels, Stuttgart 1932
Wirtschaftliche Werbelehre, 4. Aufl., Wiesbaden 1952
Wirtschaftslehre des Handels, 4. Aufl., Köln u. Opladen 1961
- Siebek, Jürgen: Die Automobilnachfrage. Die Nachfrage nach Personenkraftwagen in der Bundesrepublik Deutschland mit einer Prognose bis zum Jahre 1970, Forschungsberichte des Landes Nordrhein-Westfalen, Nr.1223, Köln u. Opladen 1963
- v. Stackelberg, Heinrich: Grundlagen der theoretischen Volkswirtschaftslehre, 2. Aufl., Tübingen, Zürich 1951
- Steinweg, Waltraud: Die Preisentwicklung und Preisbildung auf dem westdeutschen Markt für Personenkraftwagen als Beispiel einer Oligopolpreisbildung, Verkehrswissenschaftliche Forschungen, Hrsg. Schmitt, Alfons, Heft 9, München 1953
- Stölzle, Johannes A.: Staat und Automobilindustrie in Deutschland, Diss., Freiburg 1959
- Stumpf, Hans: Schicksalsfragen des deutschen Automobilhandels, Schriftenreihe des Reichsverbandes des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes, Nr. 10, Berlin 1931
- Stumpf, Herbert: Die langfristige Absatzprognose als Problem der Markterkundung in der Automobilindustrie, Diss., Frankfurt a.M. 1957
- Sundhoff, Edmund: Absatzorganisation, in: Die Wirtschaftswissenschaften, Hrsg. Gutenberg, Erich, Wiesbaden 1958
- Thiess, Erich: Kurz- und mittelfristige Finanzierung, in: Die Wirtschaftswissenschaften, Hrsg. Gutenberg, Erich, Wiesbaden 1958
- Tipke, Klaus: Das Kraftfahrzeug im Steuerrecht, Stuttgart 1959
- Verband der Automobilindustrie: Die fiskalische Belastung des Kraftverkehrs in der Bundesrepublik und im Ausland, unveröffentlicht, Frankfurt 1957
- Verband der Automobilindustrie, Verband der Fahrrad- und Motorradindustrie, Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Die Wettbewerbsverhältnisse auf dem deutschen Kraftfahrzeugmarkt, Informationsschrift, ohne Ort und Jahr
- Vershofen, Wilhelm: Wirtschaft als Schicksal und Aufgabe, Darmstadt 1930
- Vogel, Walter: Inserieren - aber wo?, Oldenburg 1961
- Volkswagenwerk AG: Werbung für Gebrauchtwagen verkauft mehr als nur Gebrauchtwagen, Werbebroschüre für VW-Händler, Wolfsburg ohne Jahr
- Weber, Ernst: Die Problematik der Absatzfinanzierung auf dem Gebrauchsgütersektor, Diss., Nürnberg 1958

- Wiswede, Günter: Motivation und Verbraucherverhalten, Grundlagen der Motivforschung, München, Basel 1965
- Zahn, Joachim: Automobilindustrie und Konjunkturwandel dargestellt am Beispiel der Entwicklung in den Jahren 1966-67, Kieler Vorträge, Hrsg. Schneider, Erich, NF, Nr. 52, Kiel 1967
- Zankl, Ludwig (Hrsg.): Werbeleiter-Handbuch, München 1966
- Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Wettbewerbsregeln für den Kraftfahrzeughandel, lt. Bekanntmachung des Bundeskartellamtes Nr. 24/63 v. 22.4.1963, Bundesanzeiger Nr. 84, Köln 1963, S. 3

b) Beiträge in Sammelwerken

- Alkjaer, Ejler: Vita brevis im modernen Markt, in: Der Mensch im Markt, Festschrift für Georg Bergler, Hrsg. Vershofen, Wilhelm; Meyer, Paul W. u.a., Berlin 1960, S. 23-29
- Becker, Wolf Dieter: Neue Tendenzen in den Finanzierungsgrundlagen des Handels und der Verbraucher, in: Wandel im Handel, Studienreihe: Betrieb und Markt, Hrsg. Behrens, Karl Christian, Bd. VI, 2. Aufl., Wiesbaden 1966, S. 191-203
- Behrens, Karl Christian: Versuch einer Systematisierung der Betriebsformen des Einzelhandels, in: Der Handel heute, In Memoriam Julius Hirsch, Hrsg. Behrens, Karl Christian, Tübingen 1962, S. 131-143
- Bergler, Georg: Das Risiko der künstlichen Veralterung in der modernen Absatzwirtschaft, Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Hrsg. Bergler, Georg u. Vershofen, Wilhelm, 8. Jahrg., Nürnberg 1962, S. 1-30
- Der Verbraucher von heute, Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Hrsg. Bergler, Georg u. Vershofen, Wilhelm, 9. Jahrg., Nürnberg 1963, S. 1-8
- v. Brunn, Johann Heinrich: Ein Konditionenkartell der Automobilwirtschaft 1931-1945, in: Kartelle in der Wirklichkeit, Festschrift für Max Metzner, Hrsg. Kastl, Ludwig, Köln, Berlin, Bonn 1963, S. 245-260
- Hoffmann, Harriet: Mode, Handwörterbuch der Sozialwissenschaften, Hrsg. v. Beckerath, Erwin; Bente, Hermann u.a., 7. Bd., Stuttgart, Tübingen, Göttingen 1961, S. 405-410
- Küng, Emil: Der technische Fortschritt - wirtschaftlich betrachtet, in: Wirtschaftsfragen der freien Welt, Festschrift für Ludwig Erhard, Hrsg. v. Beckerath, Erwin; Meyer, Fritz W.; Müller-Armack, Alfred, Frankfurt a.M. 1957, S. 322-332
- Radler, Robert: Der Markt für langlebige Gebrauchsgüter, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Hrsg. Bergler, Georg u. Vershofen, Wilhelm, 6. Jahrg., Nürnberg 1960, S. 177-192
- Robinson, Dwight E.: Die wirtschaftlichen Aspekte der Mode, Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Hrsg. Bergler, Georg u. Vershofen, Wilhelm, 9. Jahrg., Nürnberg 1963, S. 312-335

- Schmitz, Eugen: Die amtliche Kraftfahrzeug-Statistik und ihre Möglichkeit für die Marktforschung, in: Der Markt heute und morgen, Hrsg. Vereinigung betrieblicher Marktforscher Deutschlands, Hamburg 1958, S. 101-110
- Sundhoff, Edmund: Ladenschlußzeiten, Handwörterbuch der Betriebswirtschaftslehre, Hrsg. Seischab, Hans und Schwantag, Karl, 3. Aufl., Bd. III, Stuttgart 1960, Sp. 3647-3649
- Uherek, Edgar W.: Zur Entwicklung der vertikalen Preisbindung, in: Wandel im Handel, Studienreihe: Betrieb und Markt, Hrsg. Behrens, Karl Christian, Bd. VI, 2. Aufl., Wiesbaden 1966, S. 37-58

c) Aufsätze in Zeitschriften und Zeitungen

- ADAC: Wie wird Ihr Kraftfahrzeug in Zukunft besteuert?, ADAC-Motorwelt, 17. Jahrg., Heft 10, München 1964, S. 30-32
- Am Benzinpreis ist nur ein Drittel echt, ADAC-Motorwelt, 21. Jahrg., Heft 10, München 1968, S. 26 f
- Das Autohaus: Es geht um Richtpreise für Gebrauchtwagen, Das Autohaus, München 1957, S. 380 f
- Beckers Auto-Supermarkt, Das Autohaus, München 1961, S. 432-435
- Die Zentralkartei für den Gebrauchtwagenhandel, Das Autohaus, München 1963, S. 1275
- Vom Gebrauchtwagengeschäft hängt viel ab, Das Autohaus, München 1963, S. 1301-1303
- Gebrauchtwagenexport eine Chance für alle, Das Autohaus, München 1964, S. 9 f
- Gebrauchtwagenkatastrophe, Das Autohaus, München 1964, S. 667
- Gebrauchtwagen mit Neuwagengeruch, Das Autohaus, München 1965, S. 104
- Gebrauchtwagengarantie schlägt Wellen, Eine Auswahl interessanter Leserstimmen, Das Autohaus, München 1967, S. 101 f
- Die Automobilindustrie zur Preisbindung, Das Autohaus, München 1967, S. 1089
- Das Gebrauchtwagenproblem, Das Autohaus, München 1967, S. 1130-1133
- Gebrauchte Nutzfahrzeuge ein Kapitel für sich, Das Autohaus, München 1967, S. 1441 f
- Auto-Markt: Autos in Schweden teurer, Auto-Markt, 50. Jahrg., Würzburg 1960, S. 716
- Die Gebrauchtwagen-Auktion in den USA, Auto-Markt, 51. Jahrg., Würzburg 1961, S. 222-224

- Gebrauchtwagen immer schwerer abzusetzen, *Auto-Markt*, 54. Jahrg., Würzburg 1964, S. 915 f u. 937
- Becker, Wilhelm: Neue Wege im Gebrauchtwagengeschäft, *Das Autohaus*, München 1961, S. 1059 f u. S. 1075
- Behrens, Karl Christian mit Becker, Wolf Dieter: Die Problematik horizontaler und vertikaler Preisbindungen, in: *Wirtschaftsdienst*, 33. Jahrg., Heft 8, Hamburg 1953, S. 498-503
- Brauchen Markenartikel eine Preisbindung, in: *Wirtschaftsdienst*, 31. Jahrg., Heft 12, Hamburg 1951, S. 21-26
- Bidlingmaier, Johannes: Geschäftsprinzipien und Betriebsformen des Einzelhandels, *Zeitschrift für Handelswissenschaftliche Forschung*, NF, 15. Jahrg., Köln u. Opladen 1963, S. 592-599
- Brühl, J.: Make-up für Gebrauchtwagen, *Das Autohaus*, München 1965, S. 100-104
- Gebrauchtwagen leichter verkaufen, *Das Autohaus*, München 1965, S. 207-209
- Leistungslohn für Automobilverkäufer, *Das Autohaus*, München 1965, S. 248-250
- Gebrauchtwagen unter Dach und Fach, *Das Autohaus*, München 1965, S. 756 u. 758
- Bunte Illustrierte: Wilhelm Becker: So verdiente ich die erste Million, Nr. 43, Offenburg 1966, S. 64-72
- Butenuth, Helmuth: Bewertung gebrauchter Kraftwagen, *ZDK-Mitteilungen*, München 1960, S. 11 f
- Deutsche Automobil-Treuhand GmbH: Hat die Schätzerei noch einen Sinn?, *Das Autohaus*, München 1962, S. 637-640 u. S. 661
- Geheimnisse um gebrauchte Wagen?, *D.A.T.-Anzeige*, Handelsblatt, 20. Jahrg., Nr. 83, Düsseldorf v. 30.4.1965, S. 19
- DM-Deutsche Mark: Autos werden über den Daumen gepeilt, *DM-Deutsche Mark*, 2. Jahrg., Nr. 8, Stuttgart 1962, S. 6-8
- Pferdehandel mit einem Auto, *DM-Deutsche Mark*, 5. Jahrg., Nr. 7, Stuttgart 1965, S. 4-7
- Domar, Evsey: The Case of Accelerated Depreciation, *The Quarterly Journal of Economics*, Hrsg. Chamberlin, Edward H., Vol. 67, Cambridge, Mass. 1953, S. 493-519
- Eppstein, Ralph E.: Significance of Replacement Demand in Forecasting Sales of Automobiles, *The Annalist*, Mai 31, 1929
- Ewald, Heinz: Neue Erkenntnisse des Bundeskartellamtes, Zum Tätigkeitsbericht für das Jahr 1963, *Wettbewerb in Recht und Praxis*, Frankfurt 1964, S. 253-258

- Goedecke, C.H.: Die Bewegung des Erneuerungsfonds und seine Beziehungen zum Tilgungsfonds, Zeitschrift für Kleinbahnen, 20.Jahrg., Berlin 1913, S. 302-320
- Die Verwendung von Abschreibungen, Technik und Wirtschaft, 7.Jahrg. Berlin 1914, S. 281-286
- Griffin, Clare Elmer: The Replacement Demand for Automobiles, The Annalist, April 19, 1929
- Haug, Max: Pleite wegen Gebrauchtwagen. Eine gefährliche Entwicklung, Das Autohaus, München 1965, S. 317 f
- Industriekurier: Gebrauchtwagen als Schicksalsfrage, Industriekurier, 18. Jahrg., Nr. 138, Düsseldorf v. 4.9.1965, S. 8
- Jennen, Hans-Paul: Leistungsansporn für Automobilverkäufer, Das Autohaus, München 1960, S. 430 f u. S. 436
- Selbstbedienung im Automobilgeschäft, Das Autohaus, München 1961, S. 363-365 u. S. 388
- Kaufmann, W.: Garantie für den Gebrauchten?, Das Autohaus, München 1966, S. 421-424
- Kirschstein, Friedrich: Die Verstärkung der vertikalen Preisbindungen durch zusätzliche Wettbewerbsbeschränkungen, Wirtschaft und Wettbewerb, 9. Jahrg., 1959, S. 235-243
- Kraftfahrzeug-Anzeiger: Verkaufen ist alles! Ist Verkaufen alles?, Kraftfahrzeug-Anzeiger, Hrsg. Stünings, Willi, Nr. 23, Krefeld 1964, S. 8-11
- Mundorf, Hans: Preisbindung für Automobile gefährdet? Industriekurier, 18.Jahrg., Nr. 36, Düsseldorf v. 9.3.1965, S. 4
- Neubert, Helmut: Anlagenfinanzierung aus Abschreibungen, Zeitschrift für handelswissenschaftliche Forschung, NF, 3. Jahrg., Köln u. Opladen 1951, S. 367-383 u. 415-423
- Nieschlag, Robert: Wachsender Gebrauchtwarenhandel, Mitteilungen des Rheinisch-Westfälischen Institutes für Wirtschaftsforschung, 6. Jahrg., Heft 5, Essen 1955, S. 104-107
- Pütz, D.W.: Ist die Preisbindung in Gefahr?, Das Autohaus, München 1964, S. 1057
- Reichsverband des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes: Markt und Preis des gebrauchten Wagens, Mitteilungen des RDK, Halle (Saale) 1929, S.714-724
- Ein wichtiges Hilfsmittel im Altwagengeschäft, Mitteilungen des RDK, Halle (Saale) 1929, S. 1239 f
- Preisüberbietung bei der Hereinnahme alter Wagen ausgeschlossen - In England?, Mitteilungen des RDK, Halle (Saale) 1931, S. 1420 f
- Reichert, Harro: Kraftfahrzeugsteuer überholungsbedürftig, Der Volkswirt, Wirtschafts- und Finanzzeitung, 7. Jahrg., Nr. 48, Frankfurt a.M. 1953, S. 9-12

- Rhode, Horst: Sterbetafeln für Personen- und Kombinationskraftwagen, Mitteilungen des Rheinisch-Westfälischen Institutes für Wirtschaftsforschung, Heft 3, Essen 1967, S. 235-246
- Ruchti, Hans: Die Abschreibung als Finanzierungsmittel, Die Betriebswirtschaft, 35. Jahrg. Stuttgart 1942, S. 45-58, 75-84, 90-95
- Schlaghecken, A.: Dynamischer Gebrauchtwagenmarkt, Mitteilungen des Rheinisch-Westfälischen Institutes für Wirtschaftsforschung, 15. Jahrg., Heft 8, Essen 1964, S. 141-163
- Siewert, Wolfgang: Die vertikale Preisbindung als Mittel der Absatzpolitik des Produzenten, Vierteljahresshefte zur Wirtschaftsforschung, Hrsg. Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin 1961, S. 190-204
- Spahr, Emil: Mehr Wagen mehr Wettbewerb. Der geordnete Markt, ZDK-Mitteilungen, München 1964, S. 177 f
- Rückblick und Ausblick ohne Illusionen zum Jahreswechsel 1959/60, ZDK-Mitteilungen, München 1960, S. 1 f
- Amerikanische Impressionen, ZDK-Mitteilungen, München 1964, S. 201-203
- Der Spiegel: Gebrauchtwagen - Die Union der zweiten Hand, Der Spiegel, 11. Jahrg., Heft 46, Hamburg 1957, S. 27 f
- Gebrauchtwagen - Geordneter Wettbewerb, Der Spiegel, 12. Jahrg., Heft 23, Hamburg 1958, S. 30
- Die Zweite Hand, Der Spiegel, 15. Jahrg., Heft 22, Hamburg 1961, S. 24-33
- Futter für Luria, Der Spiegel, 19. Jahrg., Heft 43, Hamburg 1965, S. 93 f
- Thomas, Erwin: Der Wandel der Sozialstruktur und sein Einfluß auf die Sortimentspolitik des Einzelhandels, Zeitschrift für handelswissenschaftliche Forschung, NF, 4. Jahrg., Köln u. Opladen 1952, S. 372-378
- Vetter, Herbert W.: Neue Verkehrsformen bedingen Neuordnung, Das Autohaus, München 1967, S. 1433 f u. S. 1448
- Der Volkswirt. Wirtschafts- und Finanzzeitung: Blockierter Gebrauchtwagenmarkt, Der Volkswirt, 8. Jahrg., Nr. 50, Frankfurt a.M. 1954, S. 21 f
- Wienke, Baldur F.: Der Einfluß von Konjunktur und Gesetzgebung auf die LKW-Nachfrage in der Bundesrepublik, Mitteilungen des Rheinisch-Westfälischen Institutes für Wirtschaftsforschung, Heft 2, Essen 1967, S. 181-192
- Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Fahrzeuge aus erster Hand, ZDK-Mitteilungen, München 1960, S. 206
- Ausdehnung des Händlernetzes durch die Fabriken, ZDK-Mitteilungen, München 1961, S. 197 f
- Ausdehnung des Händlernetzes durch die Fabriken, ZDK-Mitteilungen, München 1962, S. 15 f

Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: Wohin mit den Gebrauchtwagen, ZDK-Mitteilungen, München 1963, S. 5 f

USA - Fachstudienreise im April, ZDK-Mitteilungen, München 1964, S. 115-118

d) Gesetze, Verordnungen, Erlasse, Kommentare

Berlinhilfegesetz i.d.F. vom 1.10.1968, BGBl. I, S. 1049

Gesetz gegen Preisnachlässe (Rabattgesetz) vom 25.11.1933, RGBl. I, S. 1011

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb vom 7.7.1909, RGBl. S. 499

Gesetz über die Einrichtung von Zwangskartellen vom 15.7.1933, RGBl. I, S. 488

Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen vom 27.7.1957, BGBl. I, S. 1081

Gesetz über den Ladenschluß, i.d.F. vom 14.11.1960, BGBl. I, S. 845

Kraftfahrzeugsteuergesetz vom 18.3.1965, BGBl. I, S. 85

Straßenverkehrs-Zulassungs-Ordnung i.d.F. vom 6.12.1960, BGBl. I, S. 897

Umsatzsteuergesetz (Mehrwertsteuer) i.d.F. vom 18.10.1967, BGBl. I, S. 991

Anordnung über den Geschäftsbetrieb der Gebrauchtwarenhändler vom 26.7.1939.
Ministerialblatt des Reichswirtschaftsministeriums, 39. Jahrg., 1939, S. 421

Anordnung zur Regelung der Verbraucherpreise und Handelsspannen im Geschäftsverkehr mit Gebrauchtfahrzeugen vom 29.4.1939, Reichsanzeiger, Nr. 100, 1939

Zweite Anordnung über die Regelung der Verbraucherpreise und Handelsspannen im Geschäftsverkehr mit gebrauchten Kraftfahrzeugen vom 17.11.1939, Reichsanzeiger, Nr. 272 v. 20.11.1939

Dritte Anordnung zur Regelung der Verbraucherpreise und Handelsspannen im Geschäftsverkehr mit gebrauchten Kraftfahrzeugen vom 28.2.1941, Reichsanzeiger, Nr. 57, v. 7.3.1941

Verordnung über Ermäßigung der Kraftfahrzeugsteuer für alte Personenkraftwagen vom 27.3.1931, Mitteilungen des RDK, 1931, S. 450

Verordnung über Preisauszeichnung vom 6.4.1944, RGBl. I, S. 98

Verordnung über die Buchführungs- und Auskunftspflicht im Handel mit gebrauchten Waren und mit Edelmetallen (Gebrauchtwarenverordnung), Gesetz- und Verordnungsblatt für Berlin, 1959, S. 1245

Oberfinanzdirektion Köln vom 22.9.1955, S 4107 A-30/55 St 112

Oberfinanzdirektion Stuttgart vom 5.9.1958, S 4107-St 61

Oberfinanzdirektion München vom 30.10.1958, S 41/7 K8
(abgedruckt bei Kulich, Rolf: Mehrwertsteuerkommentar Teil 3, § 3, S. 7-10)

Baumbach, Adolf u. Hefermehl, Wolfgang: Kommentar zum Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht, Bd. 1, 9. Aufl., Berlin, München 1964

Kaufmann, Heinz, Rautmann, Hans Günter u.a.: Frankfurter Kommentar zum Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, Köln 1963

Kulich, Rolf: Mehrwertsteuer-Kommentar für Kraftfahrzeughandel, -handwerk, Tankstellen und Garagengewerbe, Loseblattsammlung, München

Müller, Heinz u. Gieseler, Peter: Kommentar zum Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen. Kartellgesetz, 2. Aufl., Frankfurt 1966

Reimer, Eduard: Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht, Kommentar, 3. Aufl., Berlin, Köln 1954

e) Gutachten, Beschlüsse, Urteile

Bundeskartellamt: Beschluß vom 18.3.1963 -B5-712730-Y-36/62 (Kraftfahrzeughandel)-, WuW, 1963, S. 643-662 u. WuW/E BKartA, S. 609-628

Industrie- und Handelskammer zu Berlin: Gutachten C 11498/36-(XII A4), zitiert in: ZDK-Mitteilungen, München 1965, S. 18 f

Bundesgerichtshof: Urteil vom 10.12.1957 -I ZR 175.56 (OLG Stuttgart) -, GRUR, 1958, S. 240-247

Urteil vom 8.1.1959 -VIII ZR 174.57-, BB, 1959, S. 249

Urteil vom 20.1.1959 -I ZR 116.57-, DB, 1959, S. 374

Urteil vom 29.10.1959 -VIII ZR 125.58 (KG)-, NJW, 1960, S. 237

Urteil vom 20.5.1960 -I ZR 93.59 (Celle)-, WRP, 1960, S.235-238

Urteil vom 10.6.1960 -I ZR 86.58-, BB, 1960, S. 884

Urteil vom 27.9.1961 -VIII ZR 116.60-, BB, 1961, S. 1300

Urteil vom 3.6.1964 -IB ZR 49.63-, WRP, 1964, S. 315-319

Urteil vom 27.1.1965 -VIII ZR 62.63-, NJW, 1965, S. 687

Bundesverwaltungsgericht: Urteil vom 18.8.1960 -IC 103.57-, ZDK-Mitteilungen, München 1960, S. 207

Kammergericht: Urteil vom 17.11.1953 -5 U 1840.53-, GRUR, 1954, S.197-207

Landgericht Hamburg: Urteil vom 27.4.1960 -15 Q 58.60-, WRP, 1960, S.218-220

Oberlandesgericht Celle: Urteil vom 5.1.1959 -11 U 111.58-, BB, 1959, S.249 f

Oberlandesgericht Frankfurt: Urteil vom 4.7.1963 -6 U 24.62-, WRP, 1964, S.21-25

Urteil vom 8.7.1965 -6 U 16.64-, WRP, 1965, S. 398-400

Oberlandesgericht Hamm: Urteil vom 19.12.1958 -1 Ss 1254.58-, BB, 1959, S.137

Hanseatisches Oberlandesgericht: Urteil vom 12.2.1959 -3 U 203.58-, WRP, 1959, S. 218

Hanseatisches Oberlandesgericht: Urteil vom 30.8.1962 -3 U 98.62-, WRP, 1962, S. 397 f

Urteil vom 18.10.1962 -3 U 82.62-, BB, 1963, S.165 u. WRP, 1963, S. 97

Oberlandesgericht Koblenz: Urteil vom 20.7.1960 -2 U 631.59-, BB, 1960, S. 1148; NJW, 1960, S. 2246

Oberlandesgericht München: Urteil vom 22.5.1958 -6 U 754.58-, WRP, 1961, S. 374

Oberlandesgericht Nürnberg: Urteil vom 11.11.1958 -3 U 138.58-, BB, 1959, S. 137

Oberlandesgericht Schleswig: Urteil vom 3.8.1962 -6 U 26.62-, WRP, 1962, S. 396 f

f) Zeitschriften, Zeitungen und Berichte

ADAC - Motorwelt: Offizielles Organ des Allgemeinen Deutschen Automobil-Clubs, Eigenverlag, 13. bis 21. Jahrg., München 1960 bis 1968

Das Autohaus: Offizielles Organ des Zentralverbandes des Kraftfahrzeughandels (ZDK), Verlag Herbert Bartsch KG, 1. bis 12. Jahrg., München

Auto-Markt: Vogel Verlag, 41. bis 58. Jahrg., Würzburg 1951 bis 1968

Automobil-Revue: Offizielles Organ des Automobilclubs von Deutschland, Verlag: Deutsche Automobil-Revue, Frankfurt 1965 bis 1968

Automobilwirtschaft: Verlag: Automobilwirtschaft, Ludwig Peter van Well, 13. bis 21. Jahrg., Sigmaringen 1960 bis 1968

Das Auto, Motor und Sport, Vereinigte Motor-Verlag GmbH, Stuttgart 1965 bis 1968

Bundeskartellamt: Tätigkeitsbericht des Bundeskartellamtes für das Jahr 1960, Bundestagsdrucksache Nr. III/1000

Tätigkeitsbericht des Bundeskartellamtes für das Jahr 1961, Bundestagsdrucksache IV/378

Deutsche Automobil-Treuhand GmbH: Die Verhältnisse auf dem Markt für gebrauchte Kraftfahrzeuge, Stuttgart 1952 bis 1967

Geschäftsberichte 1952/53 u. 1954

Kraftfahrzeug-Anzeiger: Verlag Willi Stünings, 17. bis 21. Jahrg., Krefeld 1964 bis 1968

Krafthand: Krafthand Verlag Walter Schulz, 31. bis 41. Jahrg., Bad Wörishofen 1958 bis 1968

National Automobile Dealers Association: The Management Magazine of the Automotive Retailing Industrie, Vol. 36, Nr. 3, Washington 1964; Vol. 37, Nr.2, Washington 1965; Vol. 38, Nr.3, Washington 1966

Reichsverband des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes: Mitteilungen des RDK, Halle (Saale) 1928 bis 1942

Der Tagesspiegel: 22. Jahrg., Berlin vom 9.10.1966

Verband der Automobilindustrie: Jahresberichte 1950/51 bis 1966/67

Zentralverband des Kraftfahrzeughandels: ZDK-Mitteilungen (einschließlich ZDK-Jahresberichte) 1957 bis 1968, in: Das Autohaus, Offizielles Organ des ZDK, München 1957 bis 1968

g) Statistische Quellen

Automobile Manufacturers Association: Automobile Facts & Figures, Detroit, Washington, New York 1966 u. 1967

Kraftfahrt-Bundesamt: Der Bestand an Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern im Jahre ... (1950 bis 1954), Flensburg

Der Bestand an Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern und seine Veränderungen im Gebiet der Bundesrepublik Deutschland und in West-Berlin im Jahr ... (1954 bis 1957), Bad Godesberg

Der Bestand an Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern am 1. Juli ... (1957 bis 1968), Bad Godesberg

Neuzulassungen-Besitzumschreibungen - Löschungen von Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern im Jahre ... (1958 bis 1968), Bad Godesberg

Statistische Mitteilungen des Kraftfahrt-Bundesamtes und der Bundesanstalt für den Güterfernverkehr, 1. bis 14. Jahrg., Bad Godesberg 1954 bis 1968

Sonderzählung: Gebrauchtwagenexporte 1966, lt. ZDK-Rundschreiben W 59/67 vom 17.5.1967, S. 2 ff

National Automobile Dealers Association (N.A.D.A.): The Franchised New Car and Truck Dealer Story, Washington 1966

Reichsverband der deutschen Automobilindustrie (RDA): Tatsachen und Zahlen aus der Deutschen Kraftverkehrswirtschaft 1933 bis 1939

Verband der Automobilindustrie (VDA): Tatsachen und Zahlen aus der Kraftverkehrswirtschaft, 14. bis 31. Folge, Frankfurt 1948 bis 1967/68

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

BB	Der Betriebsberater
BGBI.	Bundesgesetzblatt
BGH	Bundesgerichtshof
BKA	Bundeskartellamt
DB	Der Betrieb
D.A.T.	Deutsche Automobil-Treuhand GmbH
DEKRA	Deutscher Kraftfahrzeug-Überwachungs-Verein e.V.
DR	Deutsches Recht
GRUR	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht
GWB	Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen
KBA	Kraftfahrt-Bundesamt
KG	Kammergericht
LG	Landgericht
MDR	Monatsschrift für Deutsches Recht
NJW	Neue Juristische Wochenschrift
OLG	Oberlandesgericht
RabG	Gesetz über Preisnachlässe (Rabattgesetz)
RDA	Reichsverband der deutschen Automobilindustrie
RDK	Reichsverband des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes e.V.
RGBl.	Reichsgesetzblatt
UWG	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
VDA	Verband der Automobilindustrie
VDK	Verband des Kraftfahrzeughandels, Berlin
WRP	Wettbewerb in Recht und Praxis
WuW	Wirtschaft und Wettbewerb
WuW/E BKartA	Wirtschaft und Wettbewerb, Entscheidungen des Bundeskartellamtes
ZDK	Zentralverband des Kraftfahrzeughandels e.V.
ZfHf	Zeitschrift für handelswissenschaftliche Forschung

A N H A N G

Anhang zu Abschnitt I. C, 2. a, b, c

Besitzumschreibungen von Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern im Bundesgebiet u. West-Berlin 1951 bis 1968 ¹⁾

Jahr	Pkw	Kombi- wagen ²⁾	Lkw	Omni- busse	Sonder- Kfz.	Zugma- schinen	Zulassungs- pflichtige Kraftfräder	Kraftfahr- zeuge ins- gesamt	Kraftfahr- zeugen- hänger
1951	166 805	.	67 837	925	806	8 827	207 511	452 711	17 503
1952	238 659	.	73 732	1 337	1 098	16 590	309 006	640 422	23 103
1953	296 138	.	76 642	1 366	1 341	18 084	365 542	759 113	26 828
1954	341 690	10 491	71 223	1 476	1 471	19 428	361 484	796 772	23 442
1955	386 445	13 831	70 547	1 581	1 559	24 475	348 880	847 318	21 493
1956	463 708	19 267	69 149	1 598	1 725	28 333	336 661	920 441	21 224
1957	554 561	25 691	68 310	1 687	2 052	32 955	347 260	1 032 516	21 298
1958	693 225	35 319	70 300	1 763	2 006	37 789	341 696	1 182 098	21 650
1959	820 424	41 896	70 528	2 013	2 003	42 714	325 836	1 305 414	21 008
1960	1 026 817	47 008	73 085	2 409	2 187	46 980	294 626	1 493 112	22 581
1961	1 202 125	59 833	74 137	2 328	2 725	53 376	248 254	1 642 778	23 449
1962	1 440 146	69 225	75 542	1 998	3 144	55 542	191 805	1 837 402	25 317
1963	1 558 936	73 889	74 539	1 833	3 439	55 754	141 917	1 910 307	25 496
1964	1 765 550	87 272	75 761	1 907	3 654	57 920	105 427	2 097 491	26 572
1965	1 996 850	105 080	78 047	2 135	4 589	62 560	73 624	2 322 885	29 757
1966	2 130 906	115 634	77 477	2 064	4 695	65 565	51 499	2 447 840	30 751
1967	2 128 679	124 587	78 053	2 222	5 571	64 185	36 092	2 439 389	31 445
1968	2 300 039	132 446	85 539	2 479	6 440	59 399	31 546	2 617 888	33 937

¹⁾ Quelle: Verband der Automobilindustrie: Tatsachen und Zahlen 1966/67, 31. Folge, Frankfurt 1967, S. 28 f., ergänzt durch Kraft-
fahrt-Bundesamt: Neuzulassungen - Umschreibungen - Löschungen von Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern im Jahre 1968,
S. V, (1951 ohne Bayern und Saarland, 1952 bis 1957 ohne Saarland).

²⁾ Soweit nicht besonders ausgewiesen unter Pkw bzw. Lkw erfaßt.

Anhang zu Abschnitt I. C, 2. a, b, c

Neu-Zulassungen von Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern im Bundesgebiet u. West-Berlin 1950 bis 1968 ¹⁾

Jahr	Pkw	Kombi- wagen ²⁾	Lkw	Omni- busse	Sonder- Kfz.	Zugma- schinen	Zulassungs- pflichtige Kraftfräder	Kraftfahr- zeuge ins- gesamt	Kraftfahr- zeugan- hänger
1950	149 509	.	68 925	3 074	2 359	38 810	250 278	512 955	20 094
1951	178 330	.	68 861	2 746	3 042	59 030	293 628	605 637	17 189
1952	204 059	.	70 775	2 835	3 438	62 160	335 292	678 559	17 396
1953	237 745	16 532	63 686	3 605	3 872	56 787	360 058	742 285	21 221
1954	295 450	25 833	60 216	3 289	4 666	76 916	303 157	769 527	23 528
1955	394 135	29 726	68 820	3 155	5 227	98 201	232 224	831 488	26 614
1956	473 202	32 963	75 033	3 125	5 594	93 627	156 744	840 288	27 918
1957	530 303	34 336	67 622	3 057	4 259	80 886	103 793	824 256	23 201
1958	639 483	51 492	75 028	3 151	3 604	91 215	64 125	928 098	23 346
1959	772 342	55 315	82 767	3 535	4 298	93 564	56 378	1 068 199	27 318
1960	913 915	55 824	92 721	3 892	4 649	91 413	49 481	1 211 895	33 526
1961	1 018 241	76 887	104 290	3 973	6 547	98 726	36 021	1 344 685	39 984
1962	1 134 224	83 216	107 062	3 700	7 248	84 021	20 911	1 440 382	44 937
1963	1 161 917	109 083	110 415	3 553	9 260	81 948	11 059	1 487 235	43 441
1964	1 221 481	121 499	112 161	3 483	10 737	84 741	7 800	1 561 902	44 528
1965	1 382 829	134 735	113 319	3 505	10 652	88 077	6 004	1 739 121	49 469
1966	1 374 743	131 381	109 795	3 921	10 103	79 125	4 205	1 713 273	50 558
1967	1 240 458	116 197	95 383	3 971	8 552	70 748	4 393	1 539 702	47 878
1968	1 307 843	117 246	104 594	4 396	9 690	63 575	5 047	1 612 391	52 875

¹⁾ Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt: Statistische Mitteilungen, 11. Jahrg., Heft 3, 1965, Beilage ergänzt durch Neuzulassungen - Be-sitzumschreibungen - Löschungen von Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern im Jahre 1968, S. V(1950 und 1951 ohne Saarland)

²⁾ Soweit nicht besonders ausgewiesen, unter Pkw bzw. Lkw erfaßt.

Anhang zu Abschnitt I. C, 2. a, b, c

Bestand von Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern im Bundesgebiet u. West-Berlin 1947 bis 1968 ¹⁾ - jeweils am 1. Juli -

Jahr	Pkw	Kombi- wagen ²⁾	Lkw	Omni- busse	Sonder- Kfz.	Zugma- schinen	Zulassungs- pflichtige Kraftfahr- er	Kraftfahr- zeuge ins- gesamt	Kraftfahr- zeugan- hänger
1947	193 349	.	222 841	6 553	9 346	77 916	240 676	750 691	118 038
1948	291 245	.	289 363	8 593	15 068	84 397	515 061	1 203 727	170 453
1949	368 377	.	341 913	10 529	11 816	104 359	626 126	1 463 120	196 086
1950	539 853	.	384 751	15 083	17 780	133 952	929 516	2 020 935	223 992
1951	715 904	.	444 105	17 425	20 826	183 096	1 202 425	2 583 781	244 107
1952	944 638	.	523 604	20 617	25 044	258 471	1 610 653	3 383 027	284 750
1953	1 182 544	.	591 838	23 604	29 623	320 609	2 044 740	4 192 958	320 400
1954	1 429 356	33 835	612 901	26 246	33 792	379 049	2 352 772	4 867 951	337 263
1955	1 675 873	71 682	602 999	27 189	37 954	466 163	2 494 503	5 376 363	341 122
1956	2 029 504	106 626	616 894	28 494	41 998	556 527	2 517 240	5 897 283	349 399
1957	2 442 518	141 138	637 241	30 225	45 005	634 650	2 462 419	6 393 196	360 692
1958	2 915 803	181 056	645 574	30 981	47 477	712 326	2 253 519	6 786 736	356 840
1959	3 455 416	228 840	628 329	31 295	47 040	785 615	2 016 814	7 193 349	338 181
1960	4 209 906	279 501	669 787	33 198	50 550	868 233	1 892 479	8 003 654	358 320
1961	5 009 521	333 419	715 812	35 587	56 338	951 348	1 723 340	8 825 365	381 765
1962	5 941 442	393 484	758 772	36 848	61 498	1 027 741	1 494 240	9 714 025	405 650
1963	6 847 894	456 686	791 206	37 764	67 764	1 086 992	1 197 956	10 486 456	423 887
1964	7 724 689	549 474	823 653	38 226	76 408	1 146 492	925 511	11 284 453	441 672
1965	8 630 240	637 183	855 874	38 627	85 293	1 203 963	716 621	12 167 801	464 154
1966	9 577 146	724 934	891 252	39 849	94 795	1 267 201	551 567	13 146 744	494 942
1967	10 231 555	784 258	882 230	40 431	101 506	1 310 252	394 327	13 744 559	515 235
1968	10 839 683	842 873	899 016	41 908	108 469	1 347 738	311 604	14 391 291	537 796

¹⁾ Quelle: Verband der Automobilindustrie: Tatsachen und Zahlen 1966/67, 31. Folge, Frankfurt 1967, S. 28 f., ergänzt durch Kraftfahr-Bundesamt: Neuzulassungen - Besitzumschreibungen - Löschungen von Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern im Jahre 1968, S. IV, (1947 ohne West-Berlin, 1947 bis 1951 ohne vorübergehend stillliegende Fahrzeuge).

²⁾ Soweit nicht besonders ausgewiesen unter Pkw bzw. Lkw erfasst.

BESTELLUNG

An

(Verkäufer)

in _____

Auf Grund der nachstehenden und umseitigen Geschäftsbedingungen, von denen Kenntnis genommen wurde, bestellt

Name _____ geboren am _____ in _____

Beruf / Gewerbe: _____, zum Vorsteuerabzug berechtigt: ja / nein

Personal-Ausweis: _____ Handelsregister Nr. _____

Wohnort _____ Straße _____ Fernruf _____

Bezeichnung des Fahrzeugs:

Fahrgestell-Nr. _____ Pol. Kennzeichen _____

Motor-Nr. _____ Kraftf.-Brief-Nr. _____

gebraucht, wie besichtigt, und unter Ausschluss jeder Gewährleistung.

Preis: DM _____

Zulassung / Umschreibung DM _____

insgesamt DM _____

zuzüglich 11 % Umsatzsteuer DM _____

Gesamtrechnungsbetrag DM _____

Zahlungsweise: _____

Lieferung: _____

Bis zur Tilgung des gesamten Kaufpreises usw. bleibt das Fahrzeug Eigentum des Verkäufers. Nebenabreden, nachträgliche Änderungen dieser Bestellung und etwaige Zusicherungen bedürfen zu Ihrer Gültigkeit schriftlicher Bestätigung des Verkäufers.

Die Verkaufsangestellten des Verkäufers sind nur bei schriftlicher Ermächtigung zur Annahme von Zahlungen befugt.

An diese Bestellung, deren Durchschrift ich/wir erhalten habe(n), bin ich/sind wir zwei Wochen gebunden. Sie ist angenommen, wenn innerhalb dieser Frist der Verkäufer sie schriftlich bestätigt oder die Lieferung ausführt.

Ort _____

Datum _____

Unterschrift des Käufers

Geschäftsbedingungen

für den Verkauf von gebrauchten Kraftfahrzeugen und Anhängern

I. Allgemeines

1. An diese Bestellung ist der Käufer 2 Wochen gebunden. Sie ist angenommen, wenn innerhalb dieser Frist der Verkäufer sie schriftlich bestätigt oder die Lieferung ausführt.
2. Angaben des Verkäufers über Leistungen, Betriebskosten, Kraftstoffverbrauch und Geschwindigkeit, auch über Dauer und Maß der Benutzung, sind nur als Annäherung zu betrachten.
3. Mündliche Nebenabreden, Zusicherungen von Eigenschaften und Vertragsänderungen sind nur wirksam, wenn sie vom Verkäufer schriftlich bestätigt worden sind.
4. Die Ansprüche des Käufers aus dem Vertrage dürfen ohne Zustimmung des Verkäufers nicht abgetreten werden.
5. Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand ist für sämtliche gegenwärtigen und zukünftigen Ansprüche aus der Geschäftsverbindung, auch für Klagen im Wechsel- und Urkundenprozeß sowie für das gerichtliche Mahnverfahren, das Gericht des Sitzes des Verkäufers. Für Klagen aus Abzahlungskgeschäften, die dem Abzahlungsgesetz unterliegen, ist jedoch Gerichtsstand der Wohnsitz des Käufers, in Ermangelung eines solchen sein gewöhnlicher Aufenthaltsort im Zeitpunkt der Klageerhebung. Der Sitz des Verkäufers bleibt aber dann Gerichtsstand, wenn der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthaltsort des Käufers nach Vertragschluß aus dem Bereich der Bundesrepublik Deutschland einschließlich West-Berlin verlegt wird oder im Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt ist.
6. Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages ungültig sein, so bleibt der Vertrag im übrigen gültig.

II. Preise

1. Die Preise verstehen sich – ohne Skonto oder sonstigen Nachlaß – ab Standort des Fahrzeugs rein netto zuzüglich Umsatzsteuer.
2. Kosten einer etwaigen Überführung, Verladung und Transportversicherung, etwaige Zollkosten, Zulassungskosten sowie die darauf entfallende Umsatzsteuer gehen zu Lasten des Käufers.

III. Zahlungsbedingungen

1. Zahlungsanweisungen, Schecks und Wechsel werden nur nach besonderer Vereinbarung und nur zahlungshalber, nicht aber an Erfüllung statt angenommen unter Berechnung aller Einziehungs- und Diskontkosten; die Weitergebung und Prolongation gelten nicht als Erfüllung, als Barzahlung gilt nur eine Bezahlung spätestens bei Empfang der Lieferung. Bei allen späteren Zahlungen ist der Verkäufer berechtigt, die ihm tatsächlich entstandenen Zinsen, mindestens aber in Höhe von 2% über dem Diskontsatz der Deutschen Bundesbank, zu berechnen.
2. Gegen die Ansprüche des Verkäufers kann der Käufer nur dann aufrechnen oder ein Zurückbehaltungsrecht geltend machen, wenn die Gegenforderung des Käufers unbestritten ist oder ein rechtskräftiger Titel vorliegt.
3. Bei Kreditgeschäften ist der Käufer verpflichtet, die dazu erforderlichen Kreditunterlagen zu unterzeichnen. Auskunftsgebühren trägt der Käufer.

IV. Eigentumsvorbehalt

1. Alle Kaufgegenstände bleiben bis zur vollständigen Abdeckung sämtlicher aus dem Kaufvertrag entstehenden Verbindlichkeiten des Käufers Eigentum des Verkäufers. Der Eigentumsvorbehalt bleibt auch bestehen für alle Forderungen, die im Zusammenhang mit dem Kaufgegenstand entstehen, z. B. Forderungen aus Reparaturen, Ersatzteil-, Zubehör- und Betriebsstoff-Lieferungen, Einstell- und Versicherungskosten sowie Berufsgenossenschaftsbeträgen.
2. Solange der Eigentumsvorbehalt besteht, ist eine Veräußerung, Verpfändung, Sicherungsübereignung, Vermietung oder anderweitige Überlassung des Kaufgegenstandes ohne schriftliche Zustimmung des Verkäufers unzulässig. Dem Verkäufer steht während der Dauer seines Eigentums das alleinige Recht zum Besitz des Kraftfahrzeug- bzw. Anhängerbriefes zu. Der Käufer ist verpflichtet, bei der Zulassungsteile schriftlich zu beantragen, daß der Kraftfahrzeug- bzw. Anhängerbrief dem Verkäufer ausgehändigt wird.
3. Bei Eingriffen von Gläubigern des Käufers, insbesondere bei Pfändungen des Kaufgegenstandes, hat der Käufer dem Verkäufer sofort schriftlich Mitteilung zu machen sowie die Kosten von Maßnahmen zur Beseitigung des Eingriffs, insbesondere von Interventionsprozessen, zu tragen, wenn sie nicht von der Gegenpartei eingezogen werden können.
4. Während der Dauer des Eigentumsvorbehalts kann der Verkäufer vom Käufer den Abschluß einer Fahrzeugversicherung (ohne oder mit Selbstbeteiligung) verlangen mit der Maßgabe, daß die Rechte aus der Fahrzeugversicherung dem Verkäufer zustehen. Die Versicherungsleistungen sind in vollem Umfang für die Wiederherstellung des gekauften Fahrzeuges zu verwenden. Im Schadensfall sind die Versicherungsleistungen zur Tilgung der Forderungen des Verkäufers zu verwenden; der Mehrbetrag steht dem Käufer zu.

5. Der Käufer hat die Pflicht, während der Dauer des Eigentumsvorbehalts den Kaufgegenstand in ordnungsgemäßem Zustand zu halten und erforderliche Reparaturen sofort ausführen zu lassen, und zwar – abgesehen von Notfällen – in der Reparaturwerkstatt des Verkäufers.

6. Ist der Käufer mit der Erfüllung seiner Zahlungsverpflichtungen mehr als 2 Wochen im Verzug, so wird der gesamte Kaufpreis fällig, auch soweit Wechsel mit späterer Fälligkeit laufen.

Bei einem Abzahlungskgeschäft mit einem Käufer, der nicht im Handelsregister eingetragen ist, wird der gesamte Restkaufpreis fällig, wenn dieser mit zwei aufeinanderfolgenden Ratenzahlungen bzw. Wechseln oder Schecks ganz oder zum Teil im Verzug ist und die Summe, mit deren Zahlung er im Verzug ist, mindestens den zehnten Teil des Kaufpreises beträgt.

Diese Verzugsfolgen treten auch ein, wenn der Käufer binnen 2 Wochen nach Mahnung seinen Versicherungspflichten oder den sich aus dem Eigentumsvorbehalt des Verkäufers ergebenden Verpflichtungen nicht nachkommt, ebenso wenn über sein Vermögen das gerichtliche Vergleichsverfahren oder der Konkurs eröffnet wird.

Wird die gesamte Restschuld nicht sofort bezahlt, so erlischt das Gebrauchsrecht des Käufers an dem Kaufgegenstand, und der Verkäufer ist berechtigt, sofort dessen Herausgabe unter Ausschuß jeglichen Zurückbehaltungsrechts herbeiführen. Alle durch die Wiederinbesitznahme des Kaufgegenstandes entstehenden Kosten trägt der Käufer. Der Verkäufer ist berechtigt, unbeschadet der Zahlungsverpflichtung des Käufers den wieder in Besitz genommenen Kaufgegenstand nebst Zubehör durch freihändigen Verkauf bestmöglich zu verwerten. Der Erlös nach Abzug der Kosten und der Verwertungskosten (Verkaufs-)Kosten wird dem Käufer auf seine Gesamtschuld gutgebracht; ein etwaiger Mehrerlös wird ihm ausbezahlt. Die Verwertungskosten können ohne Nachweis mit 10% des Verkaufserlöses (einschließlich Umsatzsteuer) in Ansatz gebracht werden; sind sie höher, hat der Verkäufer sie nachzuweisen.

7. Tritt im Falle eines Abzahlungskgeschäftes der Verkäufer wegen Nichterfüllung durch den Käufer vom Vertrag zurück, so errechnen sich die Gebrauchsvergütung und der Ersatz für Beschädigung aus der Differenz zwischen dem Verkaufspreis und dem Wert des Fahrzeuges am Tag der Zurücknahme. Dieser Wert wird verbindlich durch einen von der Deutschen Automobil Treuhand GmbH anerkannten Schätzer festgestellt.

Der Verkäufer ist berechtigt, ihm übergebene Wechsel zur Deckung seiner Ansprüche aus § 2 des Abzahlungsgesetzes zu verwerten.

8. Kommt der Käufer seinen Verbindlichkeiten nicht nach und macht der Verkäufer den Eigentumsvorbehalt geltend, so kann in keinem Fall eingewandt werden, daß der Kaufgegenstand zur Aufrechterhaltung des Gewerbes dienen müsse.

V. Lieferung

1. Der Verkäufer ist verpflichtet, eine vereinbarte Lieferfrist einzuhalten. Wird der vereinbarte Liefertermin um mehr als 2 Wochen überschritten, so hat der Käufer das Recht, dem Verkäufer schriftlich eine Nachfrist von 2 Wochen zu setzen. Wird der Kaufgegenstand vom Verkäufer auch dann nicht bis zum Ablauf der Nachfrist geliefert, so kann der Käufer durch schriftliche Erklärung vom Vertrag zurücktreten. Die vorgenannten Fristen entfallen nur bei ausdrücklicher schriftlicher Vereinbarung.
2. Hält der Verkäufer vorsätzlich oder grobfaßlich verbindlich zugesagte Liefertermine nicht ein, so ist er dem Käufer zum Ersatz des aus Nichterhaltung entstandenen Schadens verpflichtet. Im Übrigen ist ein Schadensersatzanspruch wegen Nichterfüllung oder wegen Verzuges ausgeschlossen.
3. Die Lieferfrist beginnt mit der Bestätigung der Bestellung.

VI. Übernahmebedingungen

1. Der Kaufgegenstand gilt mit der Annahme durch den Käufer oder seinen Beauftragten als übernommen und ordnungsgemäß geliefert.
2. Bleibt der Käufer nach Anzeige der Bereitstellung mit der Übernahme des Kaufgegenstandes oder der Erteilung der Versandvorschrift oder der Erfüllung seiner Zahlungsverpflichtungen oder der Erteilung der vereinbarten Sicherheit länger als 2 Wochen im Verzug, so kann der Verkäufer ihm schriftlich eine Nachfrist von 2 Wochen setzen mit der Androhung, daß er nach fruchtlosem Ablauf der Nachfrist die Annahme der Leistung ablehne.
3. Der Verkäufer ist alsdann berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten oder Schadensersatz wegen Nichterfüllung zu verlangen. Im letzteren Fall hat der Verkäufer das Recht, unbeschadet der Möglichkeit, einen höheren tatsächlichen Schaden geltend zu machen, 10% des Kaufpreises ohne Nachweis des Schadens als Schadensersatz zu fordern.

VII. Gewährleistung

1. Für den Kaufgegenstand wird keine Gewähr geleistet. Dies gilt nicht, wenn und soweit der Verkäufer schriftlich in einem gesonderten Garantie-schein eine Gewährleistung übernimmt.
2. Ein Anspruch auf Wandlung, Minderung oder Schadensersatz besteht nicht.

Auftrag zur Vermittlung eines Kraftfahrzeug-Verkaufs

Zwischen der Firma _____ als Vermittler und
Herrn / Frau / Fräulein _____
der Firma _____ (Auftraggeber)

wird folgender Vertrag abgeschlossen:

I. Gegenstand des Vertrages

1. Der Vermittler wird beauftragt und ermächtigt, daß ihm zu übergebende, dem Auftraggeber gehörende Fahrzeug (Pkw, Lkw, Anhänger, Krad), _____

Fabrikat _____ Type _____
Hubraum bzw. Nutzlast _____ Aufbau _____
Fahrgestell-Nr. _____ Motor-Nr. _____ Polizei. Kennzeichen _____
Datum der Erstzulassung _____ Stand des km-Zählers _____
mit folgendem Zubehör _____

im Namen und für Rechnung des Auftraggebers unter Ausschluß jeder Gewährleistung zu verkaufen und zu übereignen.

2. Dieser Auftrag gilt als Alleinauftrag. Direkte oder durch andere Vermittler oder durch Dritte benannte Interessenten hat der Auftraggeber an den Vermittler zur Durchführung der Verkaufsverhandlungen zu verweisen. Der Vermittler ist von der Beschränkung des § 181 BGB befreit

3. Der Auftraggeber versichert, daß das Fahrzeug in seinem unbeschränkten Eigentum steht, insbesondere nicht mit Rechten Dritter belastet ist und daß es nur folgende, ihm bekannte

Sachmängel _____ hat,
Unfallschäden _____ hatte.

Folgende Fahrzeugpapiere werden dem Vermittler treuhänderisch übergeben:

Kraftfahrzeugbrief Nr. _____ Kraftfahrzeugschein _____
Kraftfahrzeugsteuer bezahlt bis _____

Für das Fahrzeug bestehen folgende Versicherungen:

Haftpflcht bei _____

Vers.-Schein-Nr. _____ Prämie bezahlt bis _____

Voll-(Teil-)Kasko ohne/mit Selbstbeteiligung von DM _____ bei _____

Vers.-Schein-Nr. _____ Prämie bezahlt bis _____

Insassen-Unfall bei _____

Vers.-Schein-Nr. _____ Prämie bezahlt bis _____

II. Verkaufsbedingungen

1. Für den Verkauf durch den Vermittler wird zwischen den Parteien eine untere Preisgrenze von DM _____ (ohne Umsatzsteuer) vereinbart. Diese Preisgrenze darf vom Vermittler ohne ausdrückliche schriftliche Zustimmung des Auftraggebers nicht unterschritten werden. Ist in eiligen Fällen die Zustimmung zunächst mündlich erteilt worden, ist sie umgehend schriftlich zu bestätigen. Der Kreditverkauf bedarf der schriftlichen Einwilligung des Auftraggebers.

Etwa erforderliche Pflege- und Instandsetzungsarbeiten werden zu Lasten des Auftraggebers ausgeführt und erhöhen die Preisgrenze gem. Ziff. II Abs. 1. Sie sind nur auf Grund besonders erteilten Auftrags durchzuführen, wenn die Kosten den Betrag von DM 200,— (ohne Umsatzsteuer) übersteigen.

2. Es ist dem Vermittler untersagt, von dem Käufer des Fahrzeugs irgendwelche weitere Vergütung zu fordern oder anzunehmen.
3. Des weiteren ist der Vermittler verpflichtet, unverzüglich dem Auftraggeber Anzeige von dem erfolgten Verkauf des Fahrzeugs zu machen, ihm die Anschrift des Käufers mitzuteilen und über das aus der Vermittlung Erlangte, verauslagte Instandsetzungsaufwendungen und seine Provision Rechnung zu legen.
4. Der Vermittler ist bevollmächtigt, den Preis im Namen und für Rechnung des Auftraggebers einzuziehen, davon Instandsetzungsbeträge, seine Provision und die darauf entfallende Umsatzsteuer abzuziehen sowie mit etwaigen sonstigen Forderungen an den Auftraggeber aufzurechnen.

III. Provision

1. Für die Verkaufsvermittlung des Fahrzeugs entsprechend den vorstehenden Bedingungen erhält der Vermittler als Provision
entweder:
 - a)* DM oder % der Verkaufserlöses,
oder:
 - b)* einen etwaigen Mehrerlös von DM 100,— voll,
einen darüber hinausgehenden Mehrerlös zur Hälfte,
 - c)* einen etwaigen Mehrerlös voll.
2. Die Provision wird fällig mit der Zahlung des Kaufpreises durch den Käufer.

IV. Beschädigung des Fahrzeuges beim Vermittler.

1. Der Vermittler ist für den Verlust und für die Beschädigung des in seiner Verwahrung befindlichen Fahrzeuges verantwortlich, wenn der Verlust oder die Beschädigung auf Umständen beruht, die durch die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes hätten abgewendet werden können. Zu einer Versicherung des Fahrzeuges ist der Vermittler nicht verpflichtet.
2. Der Vermittler ist ermächtigt, Probe-, Vorführungs- und Überführungsfahrten selbst oder durch Dritte im Rahmen des ihm erteilten Auftrages durchzuführen. Die Haftung für Schäden irgendwelcher Art wird sowohl dem Auftraggeber als auch Dritten gegenüber ausgeschlossen, soweit dies gesetzlich zulässig ist.

V. Dauer des Vertrages

1. Dieser Vertrag wird für die Dauer von sechs Monaten geschlossen. Er kann vorfristig von beiden Teilen mit einer Frist von einer Woche, frühestens jedoch nach einem Monat gekündigt werden.
Der Vermittler hat Anspruch auf die vereinbarte Provision, wenn die Ausführung eines von ihm abgeschlossenen und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechenden Verkaufs nur aus einem in der Person des Auftraggebers liegenden Grund unterblieben ist.
2. Die Vereinbarung gilt auch für den Fall, daß nach Beendigung des Auftrags ein Abschluß mit einem Käufer zustande kommt, der nachweislich durch den Vermittler mittelbar oder unmittelbar von dem Vertragsgegenstand erfahren hat.

VI. Sonstige Vereinbarungen:

.....
.....

VII. Änderungen dieses Vertrages bedürfen der Schriftform.

VIII. Gerichtsstand und Erfüllungsort ist der Betriebssitz des Vermittlers.

....., den 19.....

(Vermittler)

(Auftraggeber)

*) Nichtzutreffendes streichen

Verkaufsangebot für ein gebrauchtes Kraftfahrzeug

(Einkauf)

Verkäufer: _____ Beruf _____
Gewerbe _____

geboren am _____ in _____

Personal-Ausweis: _____ Handelsregister Nr. _____

Wohnort: _____ Straße: _____ Fernruf: _____

verkauft hierdurch

an die Kraftfahrzeughandelsfirma _____

in _____

ein gebrauchtes Kraftfahrzeug

Bezeichnung des Fahrzeugs: _____

Typ: _____ Aufbauart: _____ Farbe: _____

Fahrg.-Nr.: _____ Pol. Kennzeichen: _____ Tag der 1. Zulassung: _____
(lt. Kfz.-Brief)

Motor-Nr.: _____ Kraftf.-Brief-Nr.: _____

Stand des Kilometerzählers: _____ km Bisherige Laufstrecke: _____ km

Tauschmotor: nein/ ja, eingebaut bei km-Zählerstand _____ km

Sonderzubehör: _____

davon wird vor der Übergabe ausgebaut: _____

Nächste Überprüfung gemäß § 29 StVZO fällig am: _____

Das Fahrzeug hat keine/folgende

Sachschäden _____

Unfallschäden _____ gehabt.

Weitere Angaben siehe umseitige Beschreibung.

zum Preise von _____ DM

(in Worten DM _____)

zuzüglich Umsatzsteuer _____ DM
(darf nur ausgewiesen werden, wenn der Verkäufer Unternehmer ist)

Zahlung: _____

Lieferung: _____

Ausschließlicher Gerichtsstand: Sitz des Käufers.

Es bestehen folgende Kraftfahrversicherungen:

Name und Anschrift des Versicherungsunternehmens	Nummer des Versicherungsscheins	Prämie bezahlt bis
---	------------------------------------	-----------------------

Haftpflichtversicherung

Fahrzeug Teilversicherung

Vollversicherung

(ohne/mit _____ DM Selbstbeteiligung)

Unfallversicherung

Verkäufer erklärt hiermit an Eides Statt, daß vorstehendes Fahrzeug von ihm ordnungsgemäß erworben und bezahlt worden und sein unbestrittenes Eigentum ist. Vorberechtigte Forderungen irgendwelcher Art sind auf dieses Fahrzeug nicht angemeldet.

Die Annahme des Angebots durch den Käufer (Kraftfahrzeughandelsfirma) setzt voraus, daß die vorstehenden Angaben einschließlich der umseitigen Beschreibung auch im Zeitpunkt der Übergabe des Fahrzeugs an den Käufer noch zutreffen. Ist dies nicht der Fall, hat der Verkäufer dies unaufgefordert vorher dem Käufer mitzuteilen.

Ort: _____, am _____

Angenommen (bei Inzahlungnahme vorbehaltlich der
Abnahme des bestellten Kraftfahrzeugs):

Stempel und Unterschrift der Kraftfahrzeughandelsfirma

Unterschrift des Verkäufers

Beschreibung

Motor und Getriebe

Motorart: Zylinderzahl:
Hubraum: ccm Leistung: PS
Zahl der Getriebegänge: Getriebebeschaltung: Lenkrad / Knüppel

Aufbau

Aufbauart: Türen: Schiebedach: ja/nein
Zahl der Sitzplätze: Notsitze: Liegesitze: ja/nein
Ladefläche: m²

lt. Kraftfahrzeug-(Anhänger-)Schein oder Brief:

Zulässiges Gesamtgewicht: kg
Nutz-(Auftriege-)Last: kg

Bereifung

Anzahl: Größe:
Erhaltungszustand der einzelnen Reifen:

Bei der Festlegung des Preises mitberücksichtigt

Sonderausstattung: automatische Kupplung ja/nein
automatisches Getriebe ja/nein
hydraulische Bremshilfe ja/nein
Servo-Lenkung ja/nein

Mitzulieferndes Sonderzubehör:

Fehlende Normal- bzw. Zubehörtteile:

Übergabe von: Kundendienst-Scheckheft ja/nein
Betriebsanleitung ja/nein
Warenbegleitschein ja/nein
Werkzeug:

Zustandsbeschreibung

Motor:

Getriebe:

Achsantrieb:

Lenkung:

Bremsen:

Bleischäden: Umfang:

Lackschäden: Umfang:

Polster und Innenausschlag:

Sonstiges:

LEBENS LAUF

Am 6. Mai 1938 wurde ich als zweiter Sohn des Industriekaufmanns Georg G. Stamm und seiner Ehefrau Ursula in Berlin-Spandau geboren.

Nach dem Besuch der Grundschule und der Hans-Carossa-Schule, neusprachliches und mathematisch-naturwissenschaftliches Gymnasium in Berlin-Spandau, bestand ich im Frühjahr 1957 das Abitur. Anschließend wandte ich mich zum Sommersemester 1957 dem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Freien Universität Berlin zu. Ich besuchte sie mit Ausnahme zweier sechsmonatiger Praktika bei den Firmen OSRAM GmbH, Berlin und Simmonds Aerocessories Ltd. in Cardiff, England und dem Wintersemester 1960/61, das ich in Innsbruck absolvierte, bis zur erfolgreichen Ablegung der Diplomprüfung für Betriebswirte im Februar 1964. Das Thema der Diplomarbeit lautete: Der "Lohmann-Ruchti Finanzierungseffekt" in der betriebswirtschaftlichen Literatur.

Nach bestandener Prüfung trat ich in den väterlichen Betrieb ein, eine Industrieagentur mit Großhandel in Kraftfahrzeugteilen, von dem ich am 1. September 1968 zur Vering + Waechter KG, Berlin, überwechselte.

Neben der Ausübung meines Berufes widmete ich mich seit 1966 der vorliegenden Dissertation zur Promotion an der Freien Universität Berlin. Diese Arbeit wurde Ende 1968 abgeschlossen.

